

**ANALISIS YURIDIS PASAL 35 PERPRES 63 TAHUN 2019 TENTANG
PENGUNAAN BAHASA INDONESIA TERKAIT KEWAJIBAN
PENGUNAAN MEREK DAGANG BERBAHASA INDONESIA DITINJAU
DARI UNDANG-UNDANG TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Memperoleh Gelar
Kesarjanaan Dalam Ilmu Hukum

Oleh :

Hanif Muhammad

NIM : 175010100111077



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS HUKUM
MALANG
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS YURIDIS PASAL 35 PERPRES 63
TAHUN 2019 TENTANG PENGGUNAAN
BAHASA INDONESIA TERKAIT KEWAJIBAN
PENGGUNAAN MEREK DAGANG BERBAHASA
INDONESIA DITINJAU DARI UNDANG-
UNDANG TENTANG MEREK DAN INDIKASI
GEOGRAFIS

Identitas Penulis :

a. Nama : Hanif Muhammad
b. NIM : 175010100111077

Konsentrasi : Hukum Ekonomi dan Bisnis

Jangka waktu penelitian : 6 Bulan

Disetujui pada tanggal : 8 Juli 2021

Pembimbing Utama



Afifah Kusumadara, S.H., LL.M., SJD.

NIP. 196611121989032001

Pembimbing Pendamping



Diah Pawestri Maharani, S.H., M.H.

NIP. 2013048307232001

Mengetahui

Ketua Jurusan Ilmu Hukum

Fakultas Hukum Universitas Brawijaya



Dr. Sukarmi, S.H., M.Hum.

NIP. 2196705031991032002

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS YURIDIS PASAL 35 PERPRES 63 TAHUN 2019 TENTANG
PENGUNAAN BAHASA INDONESIA TERKAIT KEWAJIBAN
PENGUNAAN MEREK DAGANG BERBAHASA INDONESIA DITINJAU
DARI UNDANG-UNDANG TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS**

SKRIPSI

Oleh

HANIF MUHAMMAD

175010100111077

Skrripsi ini telah dipertahankan dihadapan Mejlis Penguji pada tanggal 8 Juli 2021
dan disahkan pada tanggal 19 Juli 2021

Ketua Majelis Penguji



M. Zairul Alam, S.H., M.H.
NIP. 197409092006041002

Anggota



Ranitya Ganindha, S.H., M.H
NIP. 198806302014042001

Anggota



Diah Pawestri Maharani, S.H., M.H.
NIP. 2013048307232001

Ketua Jurusan Ilmu Hukum
Fakultas Hukum Universitas Brawijaya



Dr. Sukarmi, S.H., M.Hum.
NIP. 2196705031991032002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Hukum Universitas Brawijaya



Dr. Muchamad Ali Safa'at, S.H., M.H.
NIP. 197608151999031003

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat memperoleh gelar kesarjanaan dalam ilmu hukum di Fakultas Hukum Universitas Brawijaya. Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua, Papa Yoni Susanto dan Mama Saodah tersayang yang telah memberi dukungan baik moril maupun materil serta doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
2. Kakak Putri Aisyah, Adik Hafidz Maulana Muhammad, dan seluruh keluarga besar A.G. Kasriyo yang telah mendoakan dan menyemangati penulis selama penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Afifah Kusumadara, S.H., LL.M., SJD. dan Ibu Diah Pawestri Maharani, S.H., M.H. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia membimbing dan mengarahkan penulis selama Menyusun skripsi dan memberikan banyak ilmu serta solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.
4. Kepada Mas Cahyo dan Mas Gema selaku kakak pembimbing saya selama magang di DJKI Kemenkumham, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya telah membimbing saya selama saya magang dan memberi saya isu hukum yang saya angkat sekarang sebagai skripsi saya.
5. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Hukum Universitas Brawijaya yang telah memberikan pengetahuan yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Seluruh sahabat saya dari HMG (Himpunan Mahasiswa Gibah) yaitu Yohana, Regina, Metiya, Bella, Jihan, Irfan, Ricardo, Valdo, Erik yang selalu suportif dalam segala hal, terkadang ambis dan kompetitif. Terima kasih atas kurang lebih 3 (tiga) tahun bersama telah menempuh perkuliahan dengan canda, tawa, suka dan duka.

7. Kelima sahabat saya dari SMA yaitu Nanda, Adam, Pitok, Fathan yang telah menyemangati penulis dan selalu ada untuk saya. Terima kasih kalian sudah menjadi sosok abang untuk saya dan semoga kita semua sukses nantinya serta dapat bisa terus menjadi sahabat selamanya.
8. Tiga sahabat saya yaitu Aji Permana, Arryan Pratama, dan Alexander Lauda yang senantiasa mendengarkan keluh kesah saya dan berbagi cerita tentang kehidupan. Terima kasih kalian yang tidak bosan mengingatkan saya bahwa hidup tidak seindah pelangi dan untuk tidak terlalu berharap pada ekspektasi.
9. Teman-teman penghuni Perpustakaan UB dan Perpustakaan Kota Malang yaitu Ophi, Panji, Dewi yang telah menemani penulis dalam penyusunan skripsi dan berjuang bersama dalam penyusunan skripsi masing-masing.
10. Teman-teman saya di Komplek Pondok Jaya VII yang selalu kumpul diatas jam 9 malam dan pulang subuh. Terima kasih karena kalian saya bisa bermain kartu remi dan dapat bersantai tidak mengkhawatirkan masa depan.
11. Kepada seseorang yang namanya tidak bisa saya sebutkan, terima kasih telah datang memberi semangat dan memberi warna di kehidupan saya.
12. Seluruh pihak dalam program Sarjana Fakultas Hukum Universitas Brawijaya yang membantu penulis yaitu Bidang Akademik, Pusat Layanan Terpadu, dan lain-lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang hukum merek atau Hak Kekayaan Intelektual.

Malang, Agustus 2021

Hanif Muhammad

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
RINGKASAN	xi
SUMMARY	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN DAN METODE PENELITIAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. ORISINALITAS PENELITIAN	5
C. RUMUSAN MASALAH	6
D. TUJUAN PENELITIAN	7
E. MANFAAT PENELITIAN	7
F. METODE PENELITIAN	8
a. Jenis Penelitian	8
b. Pendekatan Penelitian	8
c. Jenis Bahan Hukum	9
d. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum	10
e. Teknik Analisis Bahan Hukum	11
f. Definisi Konseptual	11
g. Sistematika Penulisan	12
BAB II	13
KAJIAN PUSTAKA	13
A. Tinjauan Umum tentang Merek	13
1. Definisi Merek	13
2. Fungsi Merek	14
3. Ruang Lingkup Merek	15
4. Jenis-Jenis Merek	17
5. Pendaftaran Merek	18

6. Penghapusan dan Pembatalan Merek	21
B. Tinjauan Umum tentang Prinsip National Treatment	23
C. Tinjauan Umum tentang Kepastian Hukum	25
BAB III	27
PEMBAHASAN	27
A. Kesesuaian Ketentuan Mengenai Kewajiban Penggunaan Merek Berbahasa Indonesia dalam Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia dengan Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis 27	
1. Ketentuan Mengenai Kewajiban Penggunaan Merek Berbahasa Indonesia Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis	27
2. Ketentuan Mengenai Kewajiban Penggunaan Merek Berbahasa Indonesia Ditinjau dari Perjanjian TRIPs	34
3. Ketentuan Mengenai Kewajiban Penggunaan Merek Berbahasa Indonesia ditinjau dari Panduan Penerapan Perangkat Merek	37
4. Harmonisasi Ketentuan Mengenai Kewajiban Penggunaan Merek Berbahasa Indonesia dalam Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis	41
B. Akibat Hukum Terhadap Keberlakuan Ketentuan Pasal 35 Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia Terhadap Merek Yang Sudah Terdaftar Menggunakan Bahasa Asing	49
a. Merek Berbahasa Asing yang Terdaftar Sebelum Berlakunya Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019	58
b. Merek Berbahasa Asing yang Terdaftar Setelah Berlakunya Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019	62
BAB IV	63
PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	72



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Orisinalitas Penelitian..... 5

Tabel 1. 2. Daftar nama merek dari produk dalam negeri dengan menggunakan istilah bahasa asing dan bahasa Indonesia 60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Merek dagang berbahasa asing JCO DONUTS & COFFEE 58

Gambar 1. 2. Merek dagang berbahasa asing SILVER QUEEN.....58

Gambar 1. 3. Merek jasa berbahasa asing LION AIR 59

Gambar 1. 4. Merek jasa berbahasa asing BLUE BIRD..... 59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel Merek Terdaftar Berbahasa Asing milik Warga Negara Indonesia dan/atau Badan Hukum Indonesia setelah berlakunya Perpres Bahasa	72
---	----



RINGKASAN

Hanif Muhammad, Hukum Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Hukum, Juni 2021, ANALISIS YURIDIS PASAL 35 PERPRES BAHASA TENTANG PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA TERKAIT KEWAJIBAN PENGGUNAAN MEREK DAGANG BERBAHASA INDONESIA DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS, Afifah Kusumadara, S.H., LL.M., SJD., Diah Pawestri Maharani, S.H., M.H.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesesuaian ketentuan dalam pasal 35 Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia terkait dengan kewajiban penggunaan merek berbahasa Indonesia ditinjau dari Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis; dan mengetahui akibat hukum keberlakuan ketentuan tersebut terhadap merek yang terdaftar menggunakan bahasa asing. Pilihan tema tersebut dilatarbelakangi karena tidak semua merek dagang dapat dilakukan penyesuaian dengan menggunakan bahasa Indonesia. Selain itu, penggunaan bahasa asing dalam merek dagang sebenarnya agar dapat beradaptasi dan lebih mudah pemasarannya di pasar Internasional. Dengan adanya Peraturan Presiden tersebut membatasi kreatifitas untuk menemukan suatu merek dikarenakan kosataka Bahasa Indonesia yang sedikit.

Berdasarkan hal tersebut, penulis mengangkat rumusan masalah: (1) Bagaimana kesesuaian ketentuan dalam pasal 35 Peraturan Presiden 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia terkait dengan kewajiban penggunaan merek berbahasa Indonesia ditinjau dari Undang-Undang tentang Merek dan Indikasi Geografis? (2) Bagaimana akibat hukum penggunaan merek yang tidak berbahasa Indonesia setelah diberlakukan ketentuan pasal 35 Peraturan Presiden 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia termasuk pada merek-merek lain yang telah terdaftar menggunakan bahasa asing?

Penelitian ini menggunakan menggunakan jenis penelitian yuridis-normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) dan pendekatan analisis (*analytical approach*). Bahan hukum yang digunakan adalah bahan hukum primer dan sekunder yang mencakup peraturan perundang-undangan, jurnal, pendapat ahli, hingga penelitian-penelitian terkait yang digunakan sebagai rujukan dalam melakukan penelitian ini.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah bahwa ketentuan pasal 35 Peraturan Presiden Bahasa tidak sesuai, tidak sinkron dan tidak harmonis apabila ditinjau dari Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Apabila dilihat dari prinsip *National Treatment* dalam perjanjian TRIPs seharusnya perlindungan terhadap pemilik hak atas merek dari warga asing harus mendapat perlakuan yang sama dengan pemilik hak atas merek dari warga negara Indonesia sendiri. Secara hierarki pengaturan Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis lebih khusus dan lebih tinggi dari Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019.

SUMMARY

Hanif Muhammad, Economic and Business Law, Faculty of Law, June 2021, JURIDICAL ANALYSIS OF ARTICLE 35 OF THE INDONESIAN LANGUAGE REGULATION ON THE USE OF INDONESIAN TRADEMARKS IS REVIEWED FROM THE INDONESIAN BRAND AND GEOGRAPHICAL INDICATION LAW, Afifah Kusumadara, S.H., LL.M., SJD., Diah Pawestri Maharani, S.H., M.H.

This study aims to analyze the conformity of the provisions in article 35 of Presidential Regulation No. 63 of 2013 concerning the Use of Indonesian language related to the obligation to use Indonesian-language brands reviewed from the Law of Brand and Geographical Indications; and the legal consequences of enforcing such provisions on brands registered in a foreign language. The choice of theme is based on not all trademarks can be customized using Indonesian language. In addition, the use of foreign languages in actual trademarks in order to adapt and more easily marketing in the international market. With the Presidential Regulation, it limits creativity to find a brand due to a few Indonesian vocabulary.

Based on this, the author raised the formulation of the problem: (1) How is the conformity of the provisions in article 35 of Presidential Regulation 63 of 2019 on the Use of Indonesian language related to the obligation to use Indonesian-language brands reviewed from the Law on Brands and Geographical Indications? (2) What are the consequences of the law on the use of brands that do not speak Indonesian after the provisions of Article 35 of Presidential Regulation 63 of 2019 concerning the Use of The Indonesian Language including other brands that have been registered in a foreign language?

This study uses a type of juridical-normative research with a statue approach and an analytical approach. Legal materials used are primary and secondary legal materials that include legislation, journals, expert opinions, to related researches used as a reference in conducting this research.

The result of the research obtained is that the provisions of article 35 of the Presidential Regulation of Language are not appropriate, out of sync and not harmonious when reviewed from the Brand and Geographical Indication Act. When viewed from the principle of National Treatment in the TRIPs agreement should be protection of the owner of the right to the brand of a foreigner should get the same treatment as the owner of the right to the brand of an Indonesian citizen himself. Hierarchically the regulation of the Brand and Geographical Indication Act is more specific and higher than Presidential Regulation No. 63 of 2019.

BAB I PENDAHULUAN DAN METODE PENELITIAN

A. LATAR BELAKANG

Pengaruh dari globalisasi menuntut bangsa Indonesia untuk mampu bersaing dalam berbagai aspek kehidupan dengan bangsa-bangsa yang lain.¹

Perkembangan globalisasi pada awalnya ditandai dengan kemajuan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Tentunya dari perkembangan tersebut ada pula kaitannya dengan bahasa sebagai alat untuk mengantarkan segala konsep dalam ilmu pengetahuan dan teknologi agar dapat dimengerti oleh masyarakat.²

Penggunaan Bahasa Indonesia dalam perkembangannya di era globalisasi memiliki tantangan yang cukup berat yang berasal dari luar. Hal tersebut disebabkan karena adanya perdagangan bebas lintas negara yang mengharuskan adanya komunikasi internasional. Kondisi tersebut mendesak masyarakat Indonesia untuk menggunakan bahasa asing khususnya bahasa Inggris.³

Indonesia sebagai negara yang berkembang tidak mustahil menerima pengaruh dari hal tersebut. Kemudian masuklah ke dalam Bahasa Indonesia istilah-istilah atau kata-kata asing, karena memang pengertian dan makna yang dimaksudkan oleh kata-kata asing tersebut belum ada dalam Bahasa Indonesia.⁴ Tidak hanya pada kata-kata asing, tetapi juga penggunaan bahasa asing yang mendominasi di kalangan masyarakat Indonesia. Hal tersebut dipengaruhi kemajuan teknologi yang cenderung menggunakan bahasa asing. Hal tersebut mempengaruhi masyarakat yang dalam kesehariannya lebih memilih menggunakan bahasa asing daripada Bahasa Indonesia.⁵

Penggunaan bahasa asing yang mendominasi masyarakat dilakukan karena terkesan lebih menarik daripada Bahasa Indonesia. Seiring berkembangnya teknologi, bahasa asing menjadi dikenal banyak orang karena sering digunakan

¹ Hanung E, **Mempertahankan Bahasa Indonesia di Era Globalisasi**, Jurnal Universitas Sebelas Maret, Januari 2019.

² Rois Ahmad Rifai, **Peran Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris sebagai Bahasa Ilmu di Era Globalisasi**, Jurnal Universitas Sebelas Maret. 2019.

³ Daimun, **Pembelajaran Bahasa Indonesia pada Era Globalisasi**, Jurnal Bahasa dan Seni, Volume 14 Nomor 1, 2013.

⁴ Marsudi, **Jati Diri Bahasa Indonesia di Era Globalisasi Teknologi Informasi**, Jurnal Sosial Humaniorah, Volume 2 Nomor 2, November 2009.

⁵ Rudi Wahyu Nugroho, **Pemanfaatan Penerapan Bahasa Asing Sebagai Penguat Literasi Bahasa Indonesia**, Jurnal FKIP UNS, 2019.

sebagai bahasa teknologi terkini. Bahasa asing tidak hanya terbatas pada aspek pengetahuan bahasa, tetapi juga sebagai bahasa teknologi dan sains. Karenanya sebagian besar bahasa asing digunakan dalam beragam dokumen dan peningkatan perangkat yang berbahasa asing.⁶

Dalam pergaulan internasional, Bahasa Indonesia mewujudkan identitas bangsa Indonesia. Namun pengaruh dari globalisasi terhadap identitas bangsa tercermin pada perilaku masyarakat yang mulai meninggalkan Bahasa Indonesia dan terbiasa menggunakan bahasa asing. Sebagai bahasa pengantar internasional, bahasa asing disebut sebagai media komunikasi global, selain itu bahasa asing juga memainkan peran dalam beberapa aspek kehidupan salah satunya dibidang bisnis. Seperti yang kita ketahui banyak penggunaan bahasa asing dalam produk-produk sebagai merek dagangnya.

Sebagai mana diatur dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis yang menerangkan bahwa Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.⁷ Dalam Undang-Undang tersebut juga disebutkan bahwa merek memiliki 2 (dua) jenis yaitu:⁸

1. Merek dagang, yang merupakan merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya.⁹
2. Merek Jasa, yang merupakan merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum, untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.¹⁰

Banyak dari produk lokal Indonesia yang menggunakan bahasa asing sebagai merek dagangnya. Hal tersebut merupakan salah satu strategi promosi

⁶ Hanung E, *Op Cit.*

⁷ Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

⁸ Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, **Modul Kekayaan Intelektual Bidang Merek dan Indikasi Geografis**, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, Jakarta, 2019, hlm 5.

⁹ Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

¹⁰ Pasal 1 Angka 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

sebagai upaya memikat daya beli di pasar internasional. Pada saat ini, sudah banyak merek dagang lokal yang menggunakan bahasa asing bermunculan di pasaran. Beberapa dari produk tersebut seringkali dikira buatan asing karena merek dagangnya cenderung identik dengan produk dari negara tertentu. Produk lokal yang menggunakan bahasa asing sebagai merek dagangnya pun sudah banyak yang dikenal hingga lingkup internasional seperti merek dagang makanan instan dan sepatu buatan lokal. Selain itu berbagai produk kosmetik dan kecantikan juga muncul dan populer di kalangan masyarakat karena semakin banyaknya tren kecantikan. Maka dari itu berbagai inovasi dilakukan agar produk kosmetik lokal dapat bersaing di pasar Internasional. Salah satunya dengan mengadopsi produk luar negeri melalui penggunaan bahasa asing untuk merek dagangnya. Dengan semakin maraknya penggunaan bahasa asing dalam berbagai merek dagang diatas, terlihat bahwa adanya degradasi kebanggaan menggunakan bahasa Indonesia.

Pada tahun 2019 Presiden Joko Widodo mewajibkan para pengusaha menggunakan Bahasa Indonesia untuk merek dagang produk mereka. Kewajiban tersebut tertuang dalam Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang penggunaan Bahasa Indonesia (selanjutnya disebut Perpres Bahasa). Pengaturan ini merupakan turunan dari Pasal 36 dan Pasal 40 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan. Pada pasal 35 ayat (1) Perpres tersebut menyebutkan:¹¹

“Bahasa Indonesia wajib digunakan pada nama merek dagang yang berupa kata atau gabungan kata yang dimiliki oleh warga negara Indonesia atau badan hukum Indonesia.”

Dorongan dikeluarkannya Perpres ini adalah pemerintah sedang menjalankan amanat dari konstitusi pasal 36 Undang-Undang Negara Republik Indonesia Tahun 1945 mengenai Bahasa Indonesia dengan memperkuat nasionalisme dalam penggunaan Bahasa Indonesia di bidang strategis dan komersil yang dalam hal ini bisnis. Selain itu melihat degradasi yang terjadi dengan banyaknya merek dagang yang bermunculan tidak menggunakan bahasa Indonesia sehingga membuat kebanggaan masyarakat dalam berbahasa asing semakin meningkat. Oleh karena itu Perpres ini juga bertujuan meningkatkan

¹¹ Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 63 Tahun 2019 Tentang Penggunaan Bahasa Indonesia.

kualitas bahasa Indonesia di kalangan masyarakat. Karena banyak dari penggiat bahasa yang berpendapat bahwa berkurangnya eksistensi Bahasa Indonesia di dalam maupun luar negeri dikarenakan pendorongan penggunaan bahasa asing dalam bidang-bidang tertentu.

Kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia untuk merek dagang buatan lokal memang cukup baik dalam hal melatih masyarakat agar bangga berbahasa Indonesia sehingga dapat meningkatkan eksistensi Bahasa Indonesia di dalam maupun luar negeri. Namun tidak semua merek dagang dapat dilakukan penyesuaian dengan menggunakan bahasa Indonesia. Selain itu penggunaan bahasa asing dalam merek dagang sebenarnya agar dapat beradaptasi dan lebih mudah pemasarannya di pasar Internasional. Kewajiban tersebut tentu akan berpengaruh pada perusahaan yang telah memiliki merek dagang yang sudah terdaftar. Terlebih lagi pada biaya yang harus dikeluarkan cukup besar dan penyesuaian nama merek dagang mempengaruhi reputasi dari produk dan usaha mereka. Tidak hanya pada merek dagang yang sudah terdaftar, tetapi juga dalam merek dagang yang ingin didaftarkan atau permohonan pendaftaran merek. Mengingat sistem konstitutif dalam pendaftaran merek yaitu *first to file principle* yang biasa disebut pendaftar pertama mengemukakan bahwa permohonan yang diajukan telah memenuhi persyaratan.¹² Dengan adanya Perpres tersebut membatasi kreatifitas untuk menemukan suatu merek dikarenakan kosakata Bahasa Indonesia yang semakin sedikit seiring semakin banyaknya permohonan pendaftaran merek.

Dari permasalahan diatas penulis memutuskan untuk melakukan penelitian secara yuridis-normatif melalui judul: "Analisis Yuridis Pasal 35 Perpres 63 Tahun 2019 Tentang Penggunaan Bahasa Indonesia Terkait Kewajiban Penggunaan Merek Dagang Berbahasa Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang Tentang Merek Dan Indikasi Geografis" untuk mengetahui dan menganalisis mengenai kesesuaian ketentuan dalam pasal 35 Peraturan Presiden 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia terkait dengan kewajiban penggunaan merek berbahasa Indonesia ditinjau dari Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Selain itu, juga untuk mengetahui akibat hukum dari keberlakuan pasal 35 Peraturan Presiden 63 Tahun 2019 terhadap penggunaan merek yang berbahasa asing.

¹² Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, *Op. Cit*, hlm 7.

B. ORISINALITAS PENELITIAN

Tabel 1. 1. Orisinalitas Penelitian

No.	Nama Peneliti dan Asal Instansi	Judul dan Tahun Penelitian	Rumusan Masalah
1.	Umi Sakdiyah Rahmawati (Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Malang)	PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK MILIK ATAS MEREK DAGANG SETELAH TERBITNYA PERATURAN PRESIDEN NOMOR 63 TAHUN 2019 TENTANG PENGUNAAN BAHASA INDONESIA DITINJAU DARI PERSPEKTIF KEPASTIAN HUKUM	1. Bagaimana ketentuan penggunaan bahasa pada merek dagang dalam Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 Tentang Penggunaan Bahasa Indonesia? 2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap hak milik atas merek dagang setelah terbitnya Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia apabila ditinjau dari perspektif kepastian hukum?
2.	Hardi Nurcahyo (Magister	KEWAJIBAN PENGUNAAN	1. Apakah ada sinkronisasi antara

Hukum Universitas Indonesia)	BAHASA INDONESIA TERHADAP MEREK DAGANG DITINJAU DARI HUKUM MEREK DI INDONESIA	Undang-Undang Merek dengan Undang-Undang Bahasa? 2. Bagaimana akibat hukumnya dengan keberlakuan Undang-Undang Bahasa? 3. Apakah keberlakuan yang mewajibkan penggunaan bahasa Indonesia pada merek dagang yang dimiliki Warga Negara atau Badan Hukum Indonesia memiliki dampak positif terhadap perlindungan hukum bagi merek di Indonesia?
------------------------------	---	---

C. RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang yang dijelaskan diatas dapat dirumuskan suatu permasalahan hukum untuk dijadikan fokus pembahasan dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana kesesuaian ketentuan dalam pasal 35 Peraturan Presiden 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia terkait dengan kewajiban penggunaan merek berbahasa Indonesia ditinjau dari Undang-Undang tentang Merek dan Indikasi Geografis?
2. Bagaimana akibat hukum penggunaan merek yang tidak berbahasa Indonesia setelah diberlakukan ketentuan pasal 35 Peraturan Presiden 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia termasuk pada merek-merek lain yang telah terdaftar menggunakan bahasa asing?

D. TUJUAN PENELITIAN

Dari permasalahan hukum yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai adalah untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini yang dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kesesuaian ketentuan dalam pasal 35 Peraturan Presiden 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia terkait dengan kewajiban penggunaan merek berbahasa Indonesia ditinjau dari Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis akibat hukum penggunaan merek yang tidak berbahasa Indonesia setelah diberlakukan ketentuan pasal 35 Peraturan Presiden 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia termasuk pada merek-merek lain yang telah terdaftar menggunakan bahasa asing.

E. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan berguna dan dapat memberikan manfaat bagi dunia ilmu pengetahuan hukum. Temuan dari hasil penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan dalam pembaharuan hukum menanggapi tentang kewajiban penggunaan merek berbahasa Indonesia.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pemahaman yang lebih luas kepada masyarakat untuk memahami umumnya mengenai kewajiban penggunaan merek berbahasa Indonesia dan juga untuk memberikan kepastian hukum mengenai kewajiban terhadap masyarakat pemilik merek berbahasa asing yang terdaftar setelah berlakunya kewajiban tersebut.

- b. Bagi Badan Hukum

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kepastian hukum bagi badan hukum pemilik merek berbahasa asing yang terdaftar setelah berlakunya ketentuan kewajiban penggunaan merek berbahasa Indonesia.

c. Bagi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar alasan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dalam menjalankan proses pendaftaran merek berbahasa asing sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang lebih spesifik mengatur mengenai batasan-batasan merek.

d. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan maupun masukan dalam penyempurnaan dalam pengaturan mengenai pemeriksaan permohonan pendaftaran merek dan penghapusan ketentuan kewajiban penggunaan merek berbahasa Indonesia untuk memberikan kepastian hukum kepada masyarakat pemilik merek berbahasa asing yang terdaftar.

F. METODE PENELITIAN

Berikut merupakan metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini:

a. Jenis Penelitian

Penulis menggunakan metode yuridis-normatif sebagai dasar dalam penelitian. Penelitian yuridis-normatif adalah penelitian yang didasarkan pada bahan hukum sekunder yaitu inventarisasi peraturan-peraturan.¹³ Selain bahan hukum sekunder, penulis juga akan menggunakan bahan hukum primer dan bahan hukum tersier untuk menjawab permasalahan yang menjadi fokus penelitian ini khususnya pada Hukum Merek mengenai kewajiban penggunaan bahasa Indonesia terhadap merek dagang.

b. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini, penulis akan mengajukan 2 (dua) jenis pendekatan, yaitu pendekatan peraturan perundang-undangan (*statue approach*) dan pendekatan analisis (*analytical*

¹³ Zainuddin Ali, **Metode Penelitian Hukum**, Sinar Grafika, Jakarta, 2014, hlm 107.

approach). Berikut merupakan definisi-definisi dari kedua pendekatan tersebut:

1. Pendekatan Peraturan Perundang-Undangan (*Statue Approach*)

Pendekatan peraturan perundang-undangan dapat diartikan sebagai pendekatan yang dilakukan dengan menelaah undang-undang yang berkaitan dengan isu hukum yang dijadikan topik pembahasan.¹⁴

Pendekatan perundang-undangan yang digunakan merupakan penyesuaian dengan metode penelitian ini. Hal tersebut dilakukan dikarenakan penelitian normatif melibatkan berbagai aturan hukum yang menjadi sentral dalam penelitian ini.

2. Pendekatan Analisis (*Analitycal Approach*)

Pendekatan analisis ini dilakukan dengan cara menganalisis definisi atau pengertian hukum, asas, kaidah, system hukum dan berbagai konsep yuridis.¹⁵ Pendekatan analisis ini digunakan untuk memahami lebih dalam mengenai definisi dan semua hal yang berkaitan dengan hukum khususnya mengenai permasalahan hukum pada penelitian ini.

c. Jenis Bahan Hukum

Untuk memecahkan isu hukum yang dihadapi digunakan bahan hukum sebagai sumber penelitian hukum.¹⁶ Jenis bahan hukum dalam penelitian yang menggunakan metode yuridis-normatif terdiri dari 3 (tiga) macam, antara lain:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yang digunakan penulis dalam penelitian ini antara lain:

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
3. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia

¹⁴ Soerjono Soekanto, **Pengantar Penelitian Hukum**, UI Pres, Jakarta, 2007, hlm 93.

¹⁵ Efendi, Joenadi dan Johnny Ibrahim, **Metode Penelitian Hukum: Normatif dan Empiris**, Prenadamedia Group, Depok, 2019, hlm 138.

¹⁶ Dyah Octorina Susanti, **Penelitian Hukum (Legal Research)**, Sinar Grafika, Jakarta, 2014, hlm 48.

4. *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (Perjanjian TRIPS)

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yang digunakan penulis dalam penelitian ini antara lain:

1. Buku dan Literatur Hukum
2. Jurnal Hukum
3. Pendapat Ahli
4. Skripsi atau Tesis
5. Makalah dan *Essay*
6. Artikel Hukum

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yang digunakan penulis dalam penelitian ini antara lain:

1. Kamus Bahasa
2. Kamus Istilah Hukum
3. Ensiklopedia
4. *Website* resmi terkait dengan isu yang diteliti

d. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Teknik pengumpulan bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah *library research*. Studi kepustakaan sangat penting karena suatu penelitian tidak mungkin dilakukan tanpa membaca terlebih dahulu.¹⁷ Penulis mengumpulkan data melalui buku-buku ilmu hukum, doktrin dari para sarjana dan ahli hukum, artikel hukum, artikel, jurnal, dan skripsi/tesis. Penulis juga mengumpulkan data dengan cara melakukan penelusuran sumber dari internet dengan mengakses situs-situs resmi, seperti *e-book*, *e-journal*, ataupun artikel resmi yang diterbitkan secara *online*.

¹⁷ Nursapia Harahap, *Penelitian Kepustakaan*, Jurnal Iqra' Volume 08 No. 01, 2014, hlm 69.

e. Teknik Analisis Bahan Hukum

Dalam penelitian yang menggunakan metode yuridis-normatif, untuk itu setidaknya-tidaknya dapat digunakan 4 (empat) macam teknik analisis yaitu:¹⁸

1. Teknik Deskriptif, dengan teknik ini dimaksudkan penulis untuk memaparkan apa adanya tentang suatu peristiwa hukum
2. Teknik Komparatif, dengan teknik ini diperlukan suatu perbandingan terhadap satu pendapat dengan pendapat lainnya.
3. Teknik Evaluatif, setelah dilakukannya 2 (dua) teknik diatas maka akan diperoleh pandangan yang pro dan kontra. Maka, penulis melakukan evaluasi terhadap pandangan-pandangan tersebut menggunakan beberapa penafsiran.
4. Teknik Argumentatif, teknik ini digunakan terakhir setelah dilakukan evaluasi oleh penulis yang berisikan pendapat atau hasil penelitian dari penulis.

f. Definisi Konseptual

Definisi konseptual bertujuan untuk menyesuaikan penafsiran yang akan digunakan dalam penelitian ini. Beberapa istilah yang digunakan antara lain sebagai berikut:

1. Kewajiban
Suatu keharusan atau kewajiban, sesuatu yang harus dilaksanakan, sesuatu yang diwajibkan.¹⁹
2. Penggunaan
Suatu perbuatan menggunakan atau memakai.
3. Bahasa Indonesia
Merupakan Bahasa pokok yang digunakan oleh warga negara Indonesia dalam kehidupan sehari-hari.
4. Penamaan
Suatu perbuatan untuk memberikan identitas kepada sesuatu hal.
5. Merek

¹⁸ I Made Pasek Diantha, **Metodologi Penelitian Hukum Normatif**, Kencana, Denpasar, 2015, hlm 152-154

¹⁹ <https://kbbi.web.id/wajib> diakses pada tanggal 29 September 2020 pukul 08.16

Merek adalah tanda yang membedakan barang dan/atau jasa dari suatu perusahaan dengan perusahaan lain.²⁰

g. Sistematika Penulisan

Agar mempermudah dalam penelitian ini, maka penulis akan memberikan gambaran yang jelas mengenai struktur penulisan yang dijabarkan dalam beberapa bagian berikut:

BAB I PENDAHULUAN DAN METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan menjelaskan latar belakang dari penelitian. Kemudian penulis juga mengidentifikasi masalah yang diteliti dari latar belakang tersebut yang kemudian dijadikan rumusan masalah sebagai dasar penelitian. Selanjutnya penulis juga akan memaparkan tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metode penelitian yang dipakai.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis akan menguraikan beberapa teori dan pengertian yang menjadi pedoman atau dasar dari penelitian ini agar dapat memberi pemahaman secara konseptual sehingga pengertian dan karakteristik dari variabel menjadi jelas.

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan memberi rincian data dan menjelaskan hasil penelitian yang diperoleh. Dalam menguraikan hasil penelitian, penulis akan membagi ke dalam sub bagian agar sistematis dan mudah dipahami.

BAB IV PENUTUP

Dalam bab ini penulis akan memberi kesimpulan dari rangkaian hasil penelitian yang telah dilakukan. Selain itu juga akan terdapat saran atau rekomendasi yang relevan bagi pihak-pihak yang terkait sehingga penelitian ini bermanfaat.

²⁰ <https://www.wipo.int/trademarks/en/> diakses pada tanggal 29 September 2020 pukul 08.13

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum tentang Merek

Merek sebagai Hak atas Kekayaan Intelektual pada dasarnya ialah tanda untuk mengidentifikasi asal barang dan jasa (*an indication of origin*) dari suatu perusahaan dengan barang dan/atau jasa perusahaan lain. Melalui merek, pengusaha dapat menjaga dan memberikan jaminan kualitas (*a guarantee of quality*) barang dan/atau jasa yang dihasilkan dan mencegah tindakan persaingan (*konsekuensi*) yang tidak jujur dari pengusaha lain yang beritikad buruk bermaksud membonceng reputasinya. Merek sebagai sarana pemasaran dan periklanan (*a marketing and advertising device*) memberikan suatu tingkat informasi tertentu kepada konsumen mengenai barang dan/atau jasa.²¹

1. Definisi Merek

Merek adalah nama, lambang tanda, desain atau kombinasi dari semuanya untuk mengidentifikasi produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan dan untuk membedakan dari merek perusahaan lain.²² Merek merupakan suatu tanda bagi konsumen untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan.²³ Merek ialah suatu tanda atau symbol yang memberikan identitas suatu barang/jasa tertentu yang dapat berupa kata-kata, gambar atau kombinasi keduanya.²⁴

Merek adalah sebuah tanda yang terdiri dari susunan gambar, huruf-huruf atau angka-angka dengan berbagai macam warna, sebagai suatu yang dipribadikan dengan tujuan sebagai pembeda dengan produk-produk yang lain, dengan kata lain merek sebagai identitas suatu produk.²⁵

Merek adalah tanda yang digunakan dalam perdagangan dan jasa.²⁶ Adapun pengertian merek menurut beberapa ahli:

²¹ Rahmi Jened, **Hukum Merek (Trademark Law) dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi**, Kencana, Jakarta, 2015, hlm 3-4

²² Mas'ud Machfoedz dan Mahmud Machfoed, **Kewirausahaan: Metode, Manajemen dan Impelementasi**, BPFE, Yogyakarta, hlm 76

²³ Kasmir, **Kewirausahaan**, Rajawali Pers, Jakarta, hlm 190

²⁴ Buchari Alma, **Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa**, Alfabeta, Bandung, 2018, hlm 148

²⁵ Aulia Muthiah, **Aspek Hukum Dagang dan Pelaksanaannya di Indonesia**, Pustakabaru Press, Yogyakarta, hlm 159

²⁶ Sentosa Sembiring, **Hukum Dagang**, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2015, hlm 216

1. Menurut R. Soekardono, merek ialah suatu tanda, dengan mana dipribadikanlah sebuah barang tertentu, di mana perlu juga mempribadikan asalnya barangnya atau menjamin kualitas barang dalam perbandingan dengan barang-barang yang dibuat atau diperniagakan oleh orang-orang atau badan-badan perusahaan lain.²⁷
2. Menurut Prof. Vollmar memberi rumusan bahwa suatu merek pabrik atau merek perniagaan adalah suatu tanda yang dibubuhkan diatas barang atau di atas bungkusannya guna membedakan barang itu dengan barang-barang yang sejenis lainnya.²⁸
3. Menurut T. Mulya Lubis menjelaskan merek adalah sebuah tanda pada dirinya terkandung daya pembeda yang cukup (*capable of distingusshing*) dengan barang-barag sejenis, kalau tidak ada daya pembeda maka tidak mungkin disebut merek²⁹

Dari beberapa pendapat ahli diatas maka didapat kesimpulan bahwa ciri khusus merek adalah tanda atau identitas suatu produk sebagai daya pembeda dengan produk-produk lain yang sejenis maupun tidak sejenis.

2. Fungsi Merek

Merek adalah tanda pengenal asal barang dan jasa, sekaligus mempunyai fungsi menghubungkan barang dan jasa yang bersangkutan dengan produsennya. Maka, hal itu menggambarkan jaminan kepribadian (individualistis) serta reputasi barang dan jasa hasil usahanya tersebut sewaktu diperdagangkan. Merek juga memberikan jaminan nilai atau kualitas dari barang dan jasa yang bersangkutan.³⁰

Pada hakikatnya merek memepengaruhi suatu produk yang tujuannya untuk dipasarkan dan dalam hal itu merek juga digunakan sebagai perlindungan produk milik produsen baik barang atau jasa lainnya.

²⁷ R. Soekardono, **Hukum Dagang Indonesia**, Jilid I, Soerengan, Jakarta, 1967, hlm 149

²⁸ M. Tirtaamidjaya, **Pokok-Pokok Hukum Perniagaan**, Djambatan, Jakarta, 1962, hlm 82

²⁹ T. Mulya Lubis, **Perselisihan Hak Atas Merek Terkenal di Indonesia**, Liberty, Yogyakarta, 2000, hlm 5

³⁰ Muhammad Djumhana dan R. Djubaedillah, **Hak Milik Intelektual: Sejarah, Teori dan Praktik di Indonesia**, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hlm. 229

Menurut Endang Purwaningsih, merek memiliki beberapa fungsi sebagai berikut:³¹

- a. Fungsi pembeda, yaitu sebagai pembeda suatu produk dari satu perusahaan dengan produk perusahaan lain,
- b. Fungsi jaminan reputasi, yaitu menghubungkan reputasi produk bermerek tersebut kepada produsennya serta memberikan jaminan kualitas akan produk tersebut,
- c. Fungsi promosi, yaitu digunakan sebagai sarana memperkenalkan produk baru dan mempertahankan reputasi produk lama yang sudah diperdagangkan, sekaligus untuk menguasai pasar,
- d. Fungsi rangsangan investasi dan pertumbuhan industri, yaitu sebagai penunjang pertumbuhan industri melalui penanaman modal.

Tidak berbeda jauh dengan fungsi diatas, pihak Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual menyatakan fungsi pemakaian merek, antara lain sebagai tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi suatu pelaku usaha, alat promosi, jaminan atas mutu barang, dan penunjuk asal barang/jasa yang dihasilkan.³²

Merek juga berfungsi merangsang pertumbuhan industry dan perdagangan yang sehat dan menguntungkan semua pihak. Diakui oleh *Commercial Advisory Foundation in Indonesia* (CAFI) bahwa masalah paten dan merek di Indonesia memegang peran penting dalam perekonomian di Indonesia terutama berkenaan dengan berkembangnya usaha-usaha industry dalam rangka penanaman modal.³³

3. Ruang Lingkup Merek

Merek sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis meliputi merek dagang dan merek jasa. Walaupun dalam undang-undang menggunakan istilah merek dagang, sebenarnya yang dimaksudkan dengan merek dagang adalah merek barang karena merek yang digunakan

³¹ Endang Purwaningsih, **Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dan Lisensi**, Mandar Maju, Bandung, 2010, hlm. 49-50

³² Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual, <https://www.dgip.go.id/pengenalan-merek> diakses pada tanggal 25 September 2020 pukul 14.11

³³ Muhammad Djumhana dan R. DJubaedillah, *Op. Cit*, hlm 229

pada barang dan digunakan sebagai lawan dari merek jasa. Adapun lingkup merek antara lain:³⁴

1. Tanda yang diberi perlindungan Merek

Pada umumnya segala tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa dapat dimintakan perlindungannya.

2. Merek yang tidak dapat didaftar³⁵

a. Bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;

b. Tidak memiliki daya pembeda;

c. Tanda dianggap tidak memiliki daya pembeda apabila tanda tersebut terlalu sederhana seperti satu tanda garis atau satu tanda titik, ataupun terlalu rumit sehingga tidak jelas;

d. Telah menjadi milik khalayak umum; atau

Contohnya adalah tanda berbahaya yang biasa digambarkan dengan tengkorak dengan dua tulang yang bersilang. Maka tanda tersebut tidak dapat digunakan sebagai merek.

e. Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.

Contohnya merek *Teh* atau gambar teh untuk jenis barang teh atau untuk produk teh.

3. Merek yang ditolak

a. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau secara keseluruhan dengan merek lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang dan/atau jasa yang sejenis. Yang dimaksud dengan "persamaan pada pokoknya" adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur yang dominan antar Merek yang satu dengan Merek yang lain sehingga menimbulkan kesan adanya persamaan, baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau

³⁴ Krisnani Setyowati, Efridani Lubis, Elisa Anggraeni, M. Hendra Wibowo, **Hak Kekayaan Intelektual dan Tantangan Implementasinya di Perguruan Tinggi**, Institut Pertanian Bogor Press, Bogor, 2015, hlm 50

³⁵ Pasal 20 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

kombinasi antara unsur, maupun persamaan bunyi ucapan, yang terdapat dalam Merek tersebut.³⁶

- b. Penolakan Permohonan yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan Merek terkenal milik pihak lain untuk barang darr/atau jasa yang sejenis dilakukan dengan memperhatikan pengetahuan umum masyarakat mengenai Merek tersebut di bidang usaha yang bersangkutan. Di samping itu, diperhatikan pula reputasi Merek tersebut yang diperoleh karena promosi yang gencar dan besar besaran, investasi di beberapa negara di dunia yang dilakukan oleh pemiliknya, dan disertai bukti pendaftaran Merek dimaksud di beberapa negara. Jika hal tersebut belum dianggap cukup, Pengadilan Niaga dapat memerintahkan lembaga yang bersifat mandiri untuk melakukan survei guna memperoleh kesimpulan mengenai terkenal atau tidaknya Merek yang menjadi dasar penolakan.³⁷
- c. Memiliki persamaan pada pokoknya atau secara keseluruhan dengan Indikasi Geografis yang sudah dikenal.

4. Jenis-Jenis Merek

Sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, pada umumnya merek dibagi menjadi 2 (dua) jenis antara lain:

1. Merek Dagang

Merek Dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang jenis lainnya.³⁸ Tujuan merek dagang ini adalah untuk memungkinkan perusahaan bentuk *exclusive identifier* dan hanya dapat digunakan untuk menandai produk merek tersebut. Jadi merek dagang ini sebagai

³⁶ Penjelasan Pasal 21 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

³⁷ Penjelasan Pasal 21 ayat (1) huruf b Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

³⁸ Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

pembeda suatu produk dengan produk lainnya. Merek dagang ini adalah merek atau bagian merek yang diberikan untuk melindungi secara hukum yaitu melindungi penjual untuk menggunakan hak eksklusif dalam menggunakan nama merek atau tanda merek.³⁹

2. Merek Jasa

Merek Jasa adalah Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara Bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.⁴⁰ Merek Jasa adalah merek yang biasa digunakan oleh perusahaan yang berkecimpung di bidang jasa seperti jasa advokat, perusahaan iklan dan perusahaan jasa lainnya yang bertujuan untuk membedakan antara perusahaan jasa-jasa yang memiliki kesamaan jenis.⁴¹ Sebuah Merek Jasa sifatnya sangat mirip dengan merek. Merek Jasa memenuhi fungsi yang sama dan berkaitan dengan Jasa. Jasa tersebut dapat berasal dari berbagai macam bidang seperti bidang keuangan, perbankan, perjalanan, periklanan atau catering (penyediaan makanan). Merek Jasa dapat didaftarkan, diperpanjang, dibatalkan, dibagi dan dilisensikan dengan persyaratan yang sama dengan merek dagang.⁴²

5. Pendaftaran Merek

Prinsip konstitutif (*first to file principle*) di Indonesia mengharuskan para pemilik merek untuk mendaftarkan mereknya agar mendapatkan suatu hak atas merek. Prinsip konstitutif tersebut sangat berpotensi dalam memberikan kepastian hukum untuk mengkondisikan siapa pemilik merek yang paling utama untuk dilindungi, kepastian hukum dalam pembuktian, dan mewujudkan dugaan hukum siapa pemilik merek yang paling berhak dan pasti.⁴³ Untuk dapat mengajukan pendaftaran sebuah merek, maka

³⁹ Aulia Muthiah, *Op. Cit.*, hlm 160

⁴⁰ Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

⁴¹ Aulia Muthiah, *Op. Cit.*, hlm 160

⁴² Kamil Idris, **Membuat Sebuah Merek: Pengantar Merek Untuk Usaha Kecil dan Menengah**, *World Intellectual Property Organization (WIPO)*, Jakarta, hlm 15

⁴³ Kholis Roisah, **Implementasi Perjanjian TRIPs Tentang Perlindungan Hukum Terhadap Hak atas Merek Terkenal (Asing) di Indonesia**, Tesis Hukum UNDIP, Semarang, 2001, hlm 66

setiap pemohon harus memenuhi persyaratan, tata cara serta lampiran yang harus dipenuhi dalam setiap pengajuan permohonan pendaftaran merek.⁴⁴

Pemeriksaan merek terdiri atas pemeriksaan formalitas dan pemeriksaan substantive. Pemeriksaan pertama yaitu pemeriksaan formalitas, yang dimana permohonan pendaftaran merek harus mencantumkan:⁴⁵

- a. tanggal, bulan, dan tahun permohonan;
- b. nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon;
- c. nama lengkap dan alamat kuasa jika permohonan diajukan melalui kuasa;
- d. warna jika merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna;
- e. nama Negara dan tanggal permintaan merek pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan Hak prioritas;
- f. klasifikasi barang dan/atau jasa serta uraian jenis barang dan/atau jasa.

Pengklasifikasian dalam merek dibagi menjadi 2 (dua), yaitu kelas barang terdiri dari 34 (tiga puluh empat) kelas, yaitu dari kelas 1 (satu) sampai dengan kelas 34 (tiga puluh empat). Lalu, kelas jasa terdiri dari 11 (sebelas) kelas yaitu dari kelas 35 (tiga puluh lima) hingga kelas 45 (empat puluh lima)

Setelah berhasil dilakukan pemeriksaan formalitas, langkah selanjutnya adalah pemeriksaan substantif. Pemeriksaan ini bertujuan untuk menentukan apakah merek tersebut dapat didaftarkan atau tidak.

Merek tidak dapat didaftarkan apabila:⁴⁶

- a. bertentangan dengan moralitas, agama, kesusilaan;
- b. sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;
- c. memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat;

⁴⁴ Herry Firmansyah, **Perlindungan Hukum Terhadap Merek**, Medpress Digital, Yogyakarta, 2013, hlm 38

⁴⁵ Pasal 4 ayat (2) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

⁴⁶ Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, *Op. Cit.* hlm 21-24

- d. memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari produk yang didaftarkan mereknya;
- e. tidak memiliki daya pembeda; dan/atau
- f. merupakan nama umum.

Merek tidak dapat didaftar jika merek tersebut memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terdaftar atau dimohonkan terlebih dahulu oleh pihak lain. Tidak semua permohonan pendaftaran merek dapat diterima. Permohonan merek tersebut tidak dapat diterima apabila:

- a. merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau badan hukum yang dimiliki orang lain kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
- b. merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama dari bendera, lambang atau simbol suatu Negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berwenang;
- c. merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan suatu Negara atau lembaga pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.

Hasil pemeriksaan dari suatu pendaftaran merek hanya memiliki satu putusan yaitu merek tersebut terdaftar atau ditolak. Apabila permohonan merek berkesesuaian dengan salah satu dari uraian diatas maka diklasifikasikan sebagai permohonan dengan alasan itikad tidak baik sehingga permohonan tersebut ditolak.

Setelah dilakukan pemeriksaan dan sudah memenuhi persyaratan juga masa pengumuman, maka dikeluarkan sertifikat merek milik pemohon yang kemudian mereknya sudah resmi terdaftar dalam Daftar Umum Merek. Sertifikat merek tersebut merupakan produk perlindungan yang diberikan Negara kepada pemilik merek yang dapat berguna menjadi suatu dasar dalam:⁴⁷

- a. kepemilikan yang sah terhadap merek tersebut (alat bukti);

⁴⁷ Fungsi Pendaftaran Merek, <https://www.dgip.go.id/pengenalan-merek> diakses pada tanggal 27 September 2020 pukul 16.23

- b. penolakan terhadap merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya yang sama pada pokoknya yang dimohonkan pendaftaran oleh orang lain untuk barang/jasa sejenisnya;
- c. dasar untuk mencegah orang lain memakai merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang/jasa sejenis.

6. Penghapusan dan Pembatalan Merek

Penghapusan dan pembatalan merek pada umumnya sama, yaitu untuk mencoret merek terdaftar dalam Daftar Umum Merek. Perbedaan penghapusan dan pembatalan merek terletak pada alasan yang dikemukakan agar merek terdaftar tersebut dapat dinyatakan batal atau dinyatakan batal. Penghapusan merek terdaftar dapat dilakukan antara lain:

1. Atas Prakarsa Pemilik Merek

Sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan bahwa pemilik merek diperbolehkan untuk menghapus merek terdaftar miliknya dan penghapusan tersebut juga dicatat yang kemudian diumumkan dalam Berita Resmi Merek.

2. Atas Prakarsa Menteri

Merek juga dapat dihapus pendaftarannya oleh Menteri yang dilakukan jika:

- a. Memiliki persamaan pada pokoknya dan/atau keseluruhannya dengan indikasi geografis;
- b. Bertentangan dengan ideologi negara, Negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, dan ketertiban umum; atau
- c. Memiliki kesamaan pada keseluruhannya dengan ekspresi budaya tradisional, warisan budaya benda, atau nama atau logo yang sudah merupakan tradisi turun menurun.

Penghapusan merek tersebut tidak dilakukan semata-mata atas perintah atau permintaan langsung dari Menteri melainkan atas rekomendasi dari Komisi Banding Merek yang dilakukan jika:

a. Pemilik merek yang keberatan terhadap keputusan penghapusan Merek terdaftar atas prakarsa Menteri dapat mengajukan gugatan melalui Pengadilan Tata Usaha Negara;

b. Pihak yang keberatan terhadap putusan Pengadilan Tata Usaha Negara hanya dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung.

3. Atas Prakarsa Pihak Ketiga yang Berkepentingan

Penghapusan merek juga dapat dilakukan oleh Pihak ketiga yang berkepentingan dengan mengajukan gugatan ke Pengadilan Tata Usaha Negara yang beralasan Merek tersebut tidak digunakan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut dalam perdagangan barang dan/atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir. Adapun pengecualian terhadap penghapusan yang dilakukan atas prakarsa Pihak ketiga yang berkepentingan dalam hal adanya:

- a. Larangan impor;
- b. Larangan yang berkaitan dengan izin bagi peredaran yang menggunakan merek yang bersangkutan atau keputusan dari pihak yang berwenang yang bersifat sementara; atau
- c. Larangan serupa lainnya yang ditetapkan dengan peraturan pemerintah.

Berbeda halnya dengan penghapusan merek, pembatalan merek hanya dapat dilakukan oleh pihak yang berkepentingan yang diajukan melalui gugatan pembatalan merek kepada Pengadilan Niaga terhadap pemilik merek terdaftar berdasarkan alasan yang tertera pada pasal 20 dan 21 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Gugatan pembatalan merek hanya dapat diajukan dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terhitung sejak tanggal pendaftaran merek. Namun gugatan pembatalan merek dapat diajukan tanpa batas waktu apabila terdapat unsur itikad tidak baik dan/atau merek yang bersangkutan bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, dan ketertiban umum. Akibat hukum dari pembatalan merek ini adalah berakhirnya perlindungan hukum atas merek tersebut. Dengan adanya putusan pengadilan dengan kekuatan hukum yang mengikat terhadap pembatalan merek,

pihak Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dapat melakukan pembatalan pendaftaran merek yang bersangkutan.

B. Tinjauan Umum tentang Prinsip *National Treatment*

Standar minimum yang merupakan syarat yang wajib dipenuhi oleh negara anggota dari Perjanjian TRIPs merupakan suatu perjanjian yang kompleks, komprehensif dan ekstensif. Pengaturan mengenai Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di seluruh negara Indonesia termasuk Indondeia wajib menjadikan Perjanjian TRIPs beserta standar minimumnya sebagai acuan.⁴⁸ Adapun 2 (dua) organisasi yang sangat berpengaruh berkaitan dengan pengaturan HKI sedia yaitu *World Intellectual Property Organization* (WIPO) dan *World Trade Organization* (WTO). Indonesia sebagai negara anggota WIPO memiliki hak dan kewajiban yang berbeda dengan sebagai negara anggota WTO.⁴⁹ Negara anggota WTO wajib tunduk pada *Annex* dari WTO yang salah satunya adalah Perjanjian TRIPs. Seluruh negara anggota wajib untuk mengharmonisasikan sistem hukum HKI-nya ke arah Perjanjian TRIPs dan juga mewajibkan untuk tunduk pada Konvensi Paris, Konvensi Berne, dan Konvensi Roma. Hal tersebut dikarenakan Perjanjian TRIPs mengadopsi substansi dari konvensi-konvensi di atas. Prinsip utama WTO merupakan acuan dari prinsip atau standar yang diatur dalam TRIPs dalam perlindungan HKI. Sistem hukum HKI secara dramatik mengalami perubahan berbasis Perjanjian TRIPs terhadap negara-negara anggota.⁵⁰ Prinsip yang menjadi landasan dari pengaturan hubungan perdagangan bagi seluruh negara anggota WTO salah satunya dikenal dengan prinsip *National Treatment* (NT) yang merupakan prinsip perlakuan nasional yang tidak boleh berbeda dengan negara anggota lainnya.⁵¹

Prinsip *National Treatment* yang merupakan *Non-Discrimination Principle* yang kedua di Perjanjian TRIPs setelah prinsip *Most Favoured Nation* tercantum

⁴⁸ Eddy Damian, **Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar**, Asian Law Group Pty Ltd, Alumni, Bandung, 2002, hal 36.

⁴⁹ Tim Lindsey, dkk., **Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar Catatan Ke-6**, Alumni, Bandung, 2011, hal 29.

⁵⁰ Annette Kur & Marianne Levin, **Intellectual Property Rights in a Fair World Trade System – Proposal for Reforms of TRIPs**, Edward Elgar Publishin Inc, United Kingdom, 2011, hal 12.

⁵¹ Munir Fuady, **Pengantar Hukum Bisnis Moden di Era Global**, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2008, hal 309

dalam pasal 3 paragraf 1 Perjanjian TRIPs yang pada intinya mempersyaratkan bahwa negara anggota tidak boleh memberikan perlakuan yang mengistimewakan serta menguntungkan terkait perlindungan terhadap produk-produk HKI, jika memberikan perlakuan istimewa kepada warga negara sendiri, maka wajib juga memberikan perlakuan istimewa yang sama kepada warga negara WTO lainnya. Prinsip *National Treatment* merupakan upaya untuk mencegah diskriminasi pada pasar domestik menciptakan harmonisasi perdagangan internasional, meningkatkan efisiensi dalam perdagangan internasional, menstabilkan sistem pasar bebas, serta dapat mengurangi biaya-biaya dalam rangka pasar bebas serta memungkinkan negara kecil untuk turut mendapatkan manfaat (*benefit*) dari keberadaan negara-negara maju yang sering dalam kerjasamanya memberikan bantuan.⁵²

Adapun pengecualian pada prinsip *National Treatment* dimana negara yang menggunakan *special reservation* sebagaimana diatur dalam Konvensi Bern dan Konvensi Roma dengan syarat harus memberikan pemberitahuan kepada Dewan TRIPs berdasarkan pasal 3 paragraf 1 Perjanjian TRIPs. Selain itu, jika dilihat dari penegasannya dalam perlindungan HKI secara internasional terletak pada pemenuhan standar minimum TRIPs dalam peraturan perundang-undangan nasional negara anggota. Dalam pengaturan HKI di negara anggota dipersyaratkan minimal harus sama dengan TRIPs, negara anggota diizinkan memperluas pengaturannya namun tidak boleh kurang dari standar TRIPs dimana dalam kerangka pengaturan dimaksudkan lebih luas untuk memberikan perlindungan yang lebih baik kepada jenis-jenis HKI yang sangat beragam yang dimiliki oleh suatu negara.⁵³

Sehubungan dengan *Non-Discrimination Principle* dan standar minimum dalam perjanjian TRIPs, Peter S. Watson berpendapat yang pada intinya bahwa kewajiban pelaksanaan *Non-Discrimination Principle* serta standar minimum dalam perlindungan HKI pada hakikatnya menyiratkan pengaturan TRIPs memberikan standar yang lebih tinggi dibandingkan dengan perjanjian-perjanjian internasional mengenai HKI lainnya terutama dalam rangka

⁵² Rahmi Jened, **Perlindungan Hak Cipta Pasca Persetujuan TRIPs**, Yuridika Press, Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Surabaya, 2003, hal 61.

⁵³ Lihat Pasal 3 Paragraf 1 Perjanjian TRIPs

penegakan hukumnya.⁵⁴ Demikian juga perjanjian TRIPs sesungguhnya juga memberikan keleluasaan untuk mengambil Langkah-langkah, menggunakan hukum nasional negara anggota dengan syarat adanya harmonisasi dan tidak bertentangan dengan TRIPs.⁵⁵

C. Tinjauan Umum tentang Kepastian Hukum

Menurut Kamus Umum Bahasa, kata kepastian memiliki arti tentu, sudah tetap, tidak boleh tidak. Sehingga kepastian berarti ketentuan atau ketetapan.⁵⁶

Hukum secara umum merupakan himpunan peraturan perundang-undangan yang dibuat oleh pihak yang berwenang (pejabat negara) dengan tujuan untuk mengatur tata kehidupan bermasyarakat yang mempunyai ciri memerintah dan melarang serta mempunyai sifat memaksa dengan menjatuhkan sanksi hukuman bagi mereka yang melanggar.⁵⁷ Selain itu para ahli juga memberikan definisi kepastian hukum sebagai berikut:

1. Radbuch mengemukakan pendapat mengenai 3 (tiga) cita-cita hukum yaitu untuk mencapai suatu keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum. Keadilan dalam hal ini menuntut setiap hukum agar senantiasa mementingkan keadilan, kemanfaatan senantiasa mementingkan manfaat, sementara kepastian hukum yang mengutamakan adanya peraturan yang pasti. Kepastian hukum juga berarti setiap orang dapat menuntut agar hukum dilaksanakan dan tuntutan tersebut terpenuhi, serta setiap pelanggaran hukum akan segera ditindak dan dikenakan sanksi hukuman.⁵⁸
2. Utrecht dalam pendapatnya mengenai kepastian hukum membagi menjadi 2 (dua) pengertian yaitu:⁵⁹

⁵⁴ Peter S, Watson, *Completing the World Trading System – Proposal for a Millenium Round*, Kluwer Law International, Cambridge, 2000, hal 31-32.

⁵⁵ Lihat Pasal 1 Paragraf 1 Perjanjian TRIPs

⁵⁶ Ephraim Jeremia Katiandagho Caraen, **Kepastian Hukum Jaminan Sosial Tenaga Kerja Yang Melakukan Pekerjaan Di Luar Hubungan Kerja**, Jurnal Universitas Atma Jaya, 2010, hlm 17

⁵⁷ Ibid, hlm 19-20

⁵⁸ Ibid, hlm 20

⁵⁹ E. Utrecht, **Pengantar dalam Hukum Indonesia**, Sinar Harapan, Jakarta, 1989, hlm 24

- a. Kepastian hukum berarti adanya aturan yang bersifat umum membuat setiap individu mengetahui perbuatan apa yang boleh dan/atau tidak boleh dilakukan;
 - b. Kepastian hukum berupa keamanan hukum bagi individu dari kesewenangan pemerintah karena dengan adanya aturan yang bersifat umum tersebut, setiap individu mengetahui apa saja yang boleh dibebankan atau dilakukan oleh Negara.
3. Sudikno Mertokusumo mendefinisikan kepastian hukum sebagai sebuah jaminan bahwa hukum tersebut harus dijalankan dengan baik. Kepastian hukum menghendaki adanya upaya pengaturan hukum dalam perundang-undangan yang dibuat oleh pihak yang berwenang, sehingga segala aturan tersebut memiliki aspek yuridis yang dapat menjamin adanya kepastian bahwa hukum berfungsi sebagai suatu peraturan yang harus ditaati.⁶⁰
- Dengan kata lain, kepastian hukum berarti hukum yang tepat atau pasti terhadap segala aspek didalamnya serta ancamannya. Namun kepastian hukum tidak dapat berjalan sendiri, melainkan harus bersamaan dengan pemberian kemanfaatan dan keadilan untuk mencapai suatu tujuan hukum.

⁶⁰ Asikin Zainal, **Pengantar Tata Hukum Indonesia**, Rajawali Press, Jakarta, 2012, hlm 15

BAB III PEMBAHASAN

A. Kesesuaian Ketentuan Mengenai Kewajiban Penggunaan Merek Berbahasa Indonesia dalam Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia dengan Undang-Undang

Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

1. Ketentuan Mengenai Kewajiban Penggunaan Merek Berbahasa Indonesia Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut UU MIG) memberikan definisi merek yang dimana merek merupakan tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.⁶¹ Klasifikasi merek dagang yang merupakan merek yang hanya digunakan untuk barang, pernah dimasukkan kepada klasifikasi yang sebagaimana disebutkan melalui Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek. Kemudian klasifikasi tersebut dicabut setelah diberlakukannya Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (UU Merek) dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG) yang sebagaimana diatur dalam pasal 1 angka 2 dan 3 yang menyebutkan bahwa klasifikasi merek pada umumnya memiliki 2 (dua) jenis yaitu merek dagang dan merek jasa, yang diuraikan lebih jelasnya antara lain:

Pasal 1 angka 2 UU MIG:

"Merek Dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-

⁶¹ Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya.”⁶²

Pasal 1 angka 3 UU MIG:

“Merek Jasa adalah Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.”⁶³

Selain itu, ketentuan Merek Dagang juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan (UU Badan Bahasa) sebagaimana diatur dalam pasal 36 ayat (3) yang menyebutkan “Bahasa Indonesia wajib digunakan untuk nama bangunan atau gedung, jalan, apartemen atau permukiman, perkantoran, kompleks perdagangan, merek dagang, lembaga usaha, lembaga pendidikan, organisasi yang didirikan atau dimiliki oleh warga negara Indonesia atau badan hukum Indonesia.” Kemudian dalam Pasal 40 UU Badan Bahasa tersebut diatur ketentuan lebih lanjut mengenai penggunaan Bahasa Indonesia yang dimana tercantum dalam Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia (selanjutnya disebut Perpres Bahasa). Ketentuan mengenai merek dagang dalam Perpres Bahasa hanya mengatur kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia pada merek dagang sebagaimana diatur dalam Pasal 35 Perpres Bahasa yang menyebutkan bahwa:

Ayat (1):

“Bahasa Indonesia wajib digunakan pada nama merek dagang yang berupa kata atau gabungan kata yang dimiliki oleh warga negara Indonesia atau badan hukum Indonesia.”

Ayat (2):

“Penggunaan Bahasa Indonesia pada nama merek dagang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikecualikan untuk merek dagang yang merupakan lisensi asing.”

Ayat (3):

“Dalam hal merek dagang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memiliki nilai sejarah, budaya, adat-istiadat, dan/atau keagamaan, nama merek dagang dapat menggunakan Bahasa Daerah atau Bahasa Asing.”

Ayat (4):

“Penggunaan Bahasa Daerah atau Bahasa Asing sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ditulis dengan menggunakan aksara latin.”

⁶² Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

⁶³ Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Ayat (5):

"Pencantuman Bahasa Indonesia pada merek dagang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan."

Ketentuan pasal 35 Perpres Bahasa mengatur kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia hanya pada merek dagang milik warga negara Indonesia atau Badan Hukum Indonesia, namun kewajiban tersebut dikecualikan pada merek dagang yang merupakan lisensi asing. Dalam hal merek dagang mempunyai keadaan dimana merek tersebut memiliki nilai sejarah, budaya, adat-istiadat, dan/atau keagamaan, maka merek dagang tersebut dapat menggunakan Bahasa Daerah atau Bahasa Asing dengan ditulis menggunakan aksara latin. Ketentuan kewajiban penggunaan bahasa Indonesia pada merek dagang milik warga negara Indonesia atau Badan Hukum Indonesia yang diatur dalam pasal 35 Perpres Bahasa tersebut berlandaskan pada nilai-nilai filosofis Bangsa Indonesia dimana Bahasa Indonesia adalah identitas dan jati diri Negara Kesatuan Negara Republik Indonesia. Hal tersebut juga merupakan bentuk kedaulatan negara dalam tata pergaulan dengan negara-negara lain yang menjadi cerminan dari kemandirian dan eksistensi Bangsa Indonesia yang merdeka, berdaulat, adil dan makmur. Dengan begitu, Bahasa bukan hanya bentuk pengakuan Indonesia sebagai bangsa dan negara, melainkan juga sebagai lambang negara yang dibanggakan dan dihormati warga negara Indonesia.⁶⁴ Namun apabila melihat tujuan UU MIG dalam hal meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, memberi kepastian hukum bagi dunia industri, perdagangan dan investasi dalam menghadapi perkembangan perekonomian lokal regional, nasional, dan internasional dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Maka dapat dikatakan bahwa tujuan Perpres Bahasa tersebut bertentangan dengan tujuan UU MIG karena Perpres Bahasa fokus pada eksistensi bangsa dalam pergaulan melalui penggunaan merek berbahasa Indonesia sedangkan hal tersebut menghambat kreativitas dalam penemuan nama merek dalam hal menghadapi perkembangan perekonomian secara internasional yang biasa menggunakan merek berbahasa asing.

⁶⁴ Paragraf Pertama Ketentuan Umum Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan.

Dari uraian diatas juga dapat ditemukan bahwa pada ketentuan dalam UU MIG telah membagi klasifikasi merek menjadi 2 (dua) yaitu merek dagang dan merek jasa. Namun jika dilihat dari ketentuan dalam Perpres Bahasa sebagaimana disebutkan dalam Pasal 35 ayat (1) yang hanya mengatur mengenai kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia pada merek dagang tidak diuraikan lebih lanjut lagi dalam pasal lain ataupun penjelasan mengenai keberlakuannya terhadap merek jasa. Suatu hak atas merek akan mendapat perlindungan hukum setelah merek tersebut terdaftar.⁶⁵ Hak atas merek yang merupakan hak eksklusif bagi pemilik merek yang sudah terdaftar tersebut merupakan konskuensi yuridis yang diberikan negara kepada pemilik merek untuk menggunakan merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya dalam jangka waktu tertentu.⁶⁶ Hal tersebut ada kaitannya dengan doktrin *prior in filling* yang mengemukakan bahwa pihak yang mendaftarkan mereknya terlebih dahulu adalah yang berhak atas suatu merek.⁶⁷

Kerugian yang akan dirasakan merek dagang karena adanya pembatasan kreativitas ditimbulkan karena ketentuan pada Perpres Bahasa dan UU Badan Bahasa yang hanya mengatur kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia pada merek dagang sedakan pada merek jasa tidak diberlakukan ketentuan yang sama.⁶⁸ Padahal merek jasa sama seperti dengan merek dagang, keduanya memperoleh perlindungan hak atas merek disaat merek tersebut terdaftar. Adapun contoh merek jasa yang telah mendapat perlindungan dengan tidak menggunakan Bahasa Indonesia tetapi menggunakan bahasa Inggris, merek jasa tersebut adalah maskapai penerbangan "Lion Air" dan taksi "Blue Bird" yang merupakan milik perusahaan Indonesia di bidang transportasi. Kedua merek tersebut telah terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum

⁶⁵ Pasal 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

⁶⁶ Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

⁶⁷ R. Murjiyanto, **Konsep Kepemilikan Hak Atas Merek di Indonesia (Studi Pergeseran Sistem "Deklaratif" ke dalam Sistem "Konstitutif")**, Jurnal Hukum Ius Quia Iustum, Vol. 24 No. 1, Januari 2017, hlm 56.

⁶⁸ Muh. Alis Masnun, Radhyca Nanda Pratama, Dilla Nurfiana Astanti, **Menakar Kewajiban Penggunaan Bahasa Indonesia Pada Merek Dagang**, Jurnal Mimbar Hukum, Universitas Gadjah Mada, Vol. 32 No. 3, 2020, hlm 397.

dan Hak Asasi Manusia (selanjutnya disebut DJKI) yang diaman perinciannya sebagai berikut:⁶⁹

- a. Lion Air⁷⁰
No. Pendaftaran : IDM000367245
Pemilik : PT. Lion Group
Alamat : Jl. AM. Sangaji No. 19 Petojo Utara, Gambir,
Jakarta Pusat
Kewarganegaraan: Indonesia
- b. Blue Bird⁷¹
No. Pendaftaran : IDM000098333
Pemilik : PT. Pusaka Citra Djokosoetono
Alamat : Jl. Mampang Prapatan Raya No. 60 Kel. Tegal
Parang Kec. Mampang Prapatan, Jakarta Selatan
Kewarganegaraan: Indonesia

Karena pemilik dari kedua merek jasa diatas telah mendaftarkan mereknya tersebut maka kedua merek tersebut berhak mendapat perlindungan hukum. Pendaftaran kedua merek jasa tersebut juga telah memenuhi kriteria yang sesuai dengan persyaratan yang telah diatur dalam undang-undang dengan bukti adanya sertifikat pendaftaran sebagai bentuk pengakuan dan membenaran atas hak kekayaan intelektual atau dalam hal ini hak eksklusif atas merek yang dimiliki seseorang.⁷² Prinsip konstitutif (*first to file principle*) di Indonesia mengharuskan para pemilik merek untuk mendaftarkan mereknya agar mendapatkan suatu hak atas merek. Undang-Undang Merek sejatinya menganut prinsip konstitutif yang menyatakan apabila suatu hak kekayaan intelektual dalam hal ini hak atas merek telah didaftarkan seseorang dan kepemilikan hak atas merek tersebut dapat diakui dan dilindungi secara sah oleh undang-undang

⁶⁹ Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, **Pangkalan Data Kekayaan Intelektual**, <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/index.php/merek> diakses pada tanggal 19 Maret 2020 pukul 17.08 WIB

⁷⁰ Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, **Pangkalan Data Kekayaan Intelektual**, <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/detail/J002008020392?type=trademark&keyword=lion+air> diakses pada tanggal 19 Maret 17.38 WIB

⁷¹ Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, **Pangkalan Data Kekayaan Intelektual**, <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/detail/J992005008425?type=trademark&keyword=blue+bird> diakses pada tanggal 19 Maret 17.38 WIB

⁷² Muh. Alis Masnun, Radhyca Nanda Pratama, Dilla Nurfiara Astanti, **Op CIT**.

Dalam interpretasi sistematis, hakim memandang hukum sebagai satu kesatuan sebagai sistem peraturan. Suatu peraturan tidak dipandang sebagai peraturan yang berdiri sendiri, tetapi sebagai bagian dari satu

⁷⁶ Pasal 6 Ayat (1) huruf g Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan

sistem. Jadi apabila interpretasi suatu peraturan didasarkan pada letak peraturan itu di dalam keseluruhan sistem peraturan, maka hakim dalam melakukan interpretasi sistematis terhadap suatu peraturan tidak hanya dari satu himpunan peraturan dapat membenarkan interpretasi tertentu dari peraturan itu melainkan juga dari beberapa peraturan yang mempunyai dasar tujuan atau asas yang sama. Hubungan antara keseluruhan peraturan tidak semata-mata ditentukan oleh tempat peraturan itu terhadap satu sama lain, namun oleh tujuan bersama atau asas-asas yang bersamaan yang mendasarkan pada peraturan-peraturan itu.⁷⁷

Mengacu pada ketentuan mengenai kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia sebagaimana diatur pasal 35 Perpres Bahasa yang kemudian dihubungkan menggunakan intepretasi sistematis dengan Pasal 1 angka 3 UU MIG yang menyatakan bahwa "Merek jasa adalah Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya."⁷⁸ Kemudian dengan memperhatikan frasa dan kalimat maka hasil interpretasi sistematis dapat dimaknai bahwa jasa merupakan sebuah entitas produk untuk kerja dan berupa layanan berbentuk pekerjaan atau hasil kerja yang dicapai dan dihasilkan oleh orang perorangan atau badan usaha baik berbadan hukum maupun bukan berbadan hukum yang diperdagangkan dengan jasa jenis lainnya atau dalam hal ini merek jasa lainnya.⁷⁹

Metode interpretasi ekstensif mengakibatkan suatu ketentuan dalam peraturan perundang-undangan diberi arti atau dengan daya berlaku yang lebih luas daripada apabila diinterpretasi hanya secara gramatikal.⁸⁰

Maka dengan menggunakan metode tersebut, pengaturan mengenai kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia merek dagang sebagaimana diatur dalam pasal 35 Perpres Bahasa dapat juga diterapkan pada merek jasa karena mendasar pada ketentuan Pasal 1 angka 7 Undang-Undang

⁷⁷ Sudikno Mertokusomo, **Penemuan Hukum (Sebuah Pengantar)**, Liberty, Yogyakarta, 2006, hlm 59.

⁷⁸ Pasal 1 Angka 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

⁷⁹ Muh. Alis Masnun, Radhyca Nanda Pratama, Dilla Nurfiana Astanti, *Op Cit*.

⁸⁰ Abintoro Prakoso, **Penemuan Hukum: Sistem, Metode, Aliran dan Prosedur dalam Menemukan Hukum**, Repository Universitas Jember, 2016, hlm 137.

Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan) sebagaimana disebutkan bahwa "produk dalam negeri adalah barang yang dibuat dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha di Indonesia." Maka ketentuan tersebut menegaskan bahwa produk yang dihasilkan dan diperdagangkan oleh pelaku usaha ada 2 (dua) jenis yaitu barang dan/atau jasa.

2. Ketentuan Mengenai Kewajiban Penggunaan Merek Berbahasa Indonesia Ditinjau dari Perjanjian TRIPS

Indonesia telah meratifikasi *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS Agreement)* selanjutnya disebut perjanjian TRIPS dengan pengesahan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Ratifikasi Perjanjian Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia. Oleh karena itu Indonesia sebagai negara anggota *World Trade Organization (WTO)* tidak dapat dipungkiri membawa konsekuensi untuk mentaati kewajiban yang ada pada perjanjian TRIPS termasuk didalamnya mengharmonisasikan prinsip *National Treatment* dengan hukum Hak Kekayaan Intelektual (HKI) kemudian mengimplementasi dan melakukan penegakan hukum di bidang tersebut.⁸¹ Prinsip *National Treatment* diatur pada pasal 3 paragraf 1 Perjanjian TRIPS yang menjelaskan bahwa:⁸²

"Setiap Anggota harus memberikan perlakuan yang tidak kurang menguntungkan bagi warga negara dari Anggota lain daripada yang diberikan kepada warga negaranya sendiri sehubungan dengan perlindungan kekayaan intelektual, dengan tunduk pada pengecualian-pengecualian yang telah ditetapkan masing-masing dalam Konvensi Paris (1967), Konvensi Berne (1971), Konvensi Roma, atau Perjanjian tentang Kekayaan Intelektual sehubungan dengan Sirkuit Terpadu. Sehubungan dengan pemain, produser rekaman suara dan organisasi penyiaran, kewajiban ini hanya berlaku sehubungan dengan hak-hak yang diatur dalam Perjanjian ini. Setiap Anggota yang memanfaatkan kemungkinan-kemungkinan yang ditentukan pasal 6 Konvensi Berne (1971) atau Pasal 16 paragraf 1(b) Konvensi Roma harus membuat pemberitahuan sebagaimana yang telah ditentukan dalam ketentuan-ketentuan tersebut kepada Dewan TRIPS."

⁸¹ Imam Syaukanni & A. Ahsin Thohari, **Dasar-Dasar Politik Hukum**, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006, hal. 26-27.

⁸² *Article 3 Paragraph 1 Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*

mampu membedakan barang atau jasa yang relevan, anggota dapat membuat keterdaftaran bergantung pada kekhasan yang diperoleh melalui penggunaan. Anggota mungkin memerlukan, sebagai syarat pendaftaran bahwa tanda-tanda itu dapat dilihat secara visual.”

Berdasarkan uraian pasal di atas dapat ditarik beberapa poin antara lain memberikan definisi merek yang merupakan kombinasi tanda yang didalamnya termasuk kata-kata, nama pribadi, huruf, angka elemen figuratif serta kombinasi warna. Merek dapat didaftarkan dengan syarat merek tersebut dapat menjadi tanda pembeda barang atau jasa suatu usaha dengan usaha lain dan dapat menjadi merek suatu usaha. Kemudian ada pengecualian yang dapat dibuat negara anggota untuk merek yang tidak memiliki daya pembeda baik secara kekhasan, penggunaan, maupun secara visual. Pada pasal 13 UU MIG mengatur mengenai standar minimum yang diberikan Tanggal Penerimaan setelah memenuhi persyaratan yang terdiri atas formulir permohonan yang telah diisi lengkap; label Merek; dan bukti pembayaran biaya.

Dari uraian ketentuan dalam Perjanjian TRIPs diatas mengenai prinsip *National Treatment*, standar minimum, merek dagang dalam TRIPs, ketentuan mengenai merek itu sendiri dalam UU MIG dan dengan melihat ketentuan pasal 35 Pepres Bahasa maka Indonesia telah memberikan pengaturan yang lebih ketat dan lebih tinggi daripada pengaturan dalam Perjanjian TRIPs. Pada pasal 35 ayat (1) Perpres Bahasa mengatur mengenai kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia pada merek dagang milik warga negara Indonesia dan Badan Hukum Indonesia, sedangkan perjanjian TRIPs tidak mengatur mengenai hal tersebut. Pada pasal 35 ayat (2) Perpres Bahasa menjelaskan bahwa:

“Penggunaan Bahasa Indonesia pada nama merek dagang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikecualikan untuk merek dagang yang merupakan lisensi asing.”

Dikarenakan pada ketentuan perjanjian TRIPs tidak diatur mengenai konteks penggunaan bahasa Indonesia, maka merek yang dimiliki negara lain tetap dapat mendapat perlindungan mereknya di Indonesia dengan tidak harus menggunakan bahasa Indonesia karena pada dasarnya ketentuan pada Perpres Bahasa tersebut juga telah memberikan pengecualian terhadap merek yang merupakan lisensi asing.

3. Ketentuan Mengenai Kewajiban Penggunaan Merek Berbahasa Indonesia ditinjau dari Panduan Penerapan Perangkat Merek

Jika suatu perangkat (seperti kata atau logo) tersebut berbeda, maka baru dapat disebut sebagai merek dagang atau merek jasa. Perangkat yang mampu membedakan barang atau jasa yang digunakan dari pihak lain dapat disebut perangkat pembeda. Sedangkan perangkat yang hanya menyebutkan atau menggambarkan suatu kualitas atau karakteristik barang atau jasa merupakan perangkat tidak khas. Kekhasan dari suatu perangkat umumnya dapat dikategorikan ke dalam salah satu dari lima kategori yang termasuk dalam skala kekhasan dari yang paling khas sampai dengan yang tidak khas, antara lain:⁸⁶

a. *Fanciful Marks* (Merek Fantastis)

Merek Fantastis merupakan perangkat yang diciptakan bertujuan tunggal, berfungsi sebagai merek dagang dan tidak memiliki arti lain selain bertindak sebagai merek. Merek ini dianggap sebagai jenis tanda yang paling kuat. Berikut merupakan contoh merek fantastis yang meliputi:

- EXXON
- KODAK
- XEROX

b. *Arbitrary Marks* (Merek Sewenang-Wenang)

Merek sewenang-wenang menggunakan perangkat yang bermakna umum yang tidak ada hubungannya dengan barang atau jasa yang dijual. Berikut merupakan contoh merek sewenang-wenang yang meliputi:

- APPLE (untuk computer)
- LOTUS (untuk perangkat lunak)
- SUN (untuk computer)

c. *Suggestive Marks* (Merek Sugestif)

Merek sugestif adalah merek yang memperlihatkan karakteristik atau kualitas barang dan jasa. Pada kenyataannya merek sugestif tidak

⁸⁶ <https://bitlaw.com/trademark/degrees.html#suggestive> diakses pada tanggal 10 Juli 2021 pukul 17.00 WIB.

sekuat merek fantastis atau merek sewenang-wenang karena merek sugestif jauh lebih umum karena keuntungan pemasaran merek dari produk yang melekat di benak pelanggan. Merek sugestif memiliki banyak kesamaan dengan merek deskriptif dan cenderung sulit dibedakan karena keduanya dimaksudkan untuk merujuk pada barang dan jasa yang bersangkutan. Merek sugestif memerlukan beberapa imajinasi, pemikiran, atau persepsi untuk mencapai kesimpulan tentang sifat barang. Sedangkan merek deskriptif tidak memerlukan imajinasi, pemikiran, atau persepsi semacam itu. Berikut merupakan contoh merek sugestif yang meliputi:

- MICROSOFT (saran perangkat lunak untuk mikrokomputer)
- NETSCAPE (saran perangkat lunak yang memungkinkan melintasi "lanskap" internet)
- SILICON GRAPHICS (saran computer berorientasi grafis)

d. *Descriptive Marks* (Merek Deskriptif)

Merek deskriptif (hanya merek deskriptif) merupakan perangkat yang hanya menggambarkan layanan atau barang yang menggunakan merek tersebut. Jika suatu perangkat hanya deskriptif, itu bukan tanda sama sekali, karena tidak berfungsi untuk mengidentifikasi sumber barang atau jasa. Tidak ada hak merek dagang yang diberikan hanya untuk merek deskriptif. Tanda misdeskriptif sama-sama lemah. Seperti yang dijelaskan diatas, merek deskriptif sulit dibedakan dari tanda sugestif. Merek deskriptif memungkinkan seseorang untuk mencapai kesimpulan itu tanpa imajinasi, pemikiran, atau persepsi semacam itu. Merek imajiner berikut tanda dianggap merek hanya deskriptif untuk

peripheral computer:

- FAST BAUD untuk modem (menggambarkan kecepatan modem);
- 104 KEY untuk keyboard computer (menggambarkan jumlah tombol pada computer);
- LIGHT untuk computer portable (menggambarkan berat computer);
- dan
- TUBELESS untuk monitor computer (walaupun salah deskripsi untuk monitor yang berisi tabung).

Namun, mungkin saja tanda deskriptif menjadi khas dengan mencapai makna sekunder. Makna sekunder menunjukkan bahwa meskipun merek menggambarkan langsung barang atas jasa, konsumen mengenali merek tersebut memiliki fungsi penunjuk sumber. Setelah dapat ditunjukkan bahwa istilah atau frasa deskriptif telah mencapai "makna kedua" (makna pertama adalah makna istilah atau frasa yang dipahami secara umum), merek dagang yang dapat dilindungi dikembangkan. Makna sekunder dapat dicapai melalui penggunaan jangka panjang, atau sejumlah besar iklan dan publisitas. Perolehan makna sekunder sering dibuktikan melalui penggunaan survei konsumen, yang menunjukkan bahwa konsumen mengenali merek sebagai merek. Seperti "FORD" sebagai lawan dari istilah deskriptif. Contoh merek yang mungkin dianggap deskriptif tetapi memiliki makna sekunder yang jelas meliputi:

- SHARP untuk televisi;
- DIGITAL untuk computer;
- WINDOWS untuk perangkat lunak;
- INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES untuk computer dan mesin bisnis lainnya; dan
- POWER COMPUTING untuk computer berbasis Power PC Chip.

e. *Generic Marks* (Merek Generik)

Merek generic adalah perangkat yang benar-benar menamai suatu produk dan tidak dapat berfungsi sebagai merek dagang. Tidak seperti merek deskriptif, perangkat generik tidak akan menjadi merek dagang bahkan jika diiklankan sedemikian rupa sehingga makna sekunder dapat dibuktikan di benak konsumen. Alasan untuk membuat kategori merek generik adalah bahwa tidak ada produsen atau penyedia layanan yang diberikan hak eksklusif untuk menggunakan kata-kata yang secara umum mengidentifikasi suatu produk.

Suatu merek dagang yang sah dapat menjadi generik jika masyarakat konsumen menyalahgunakan merek tersebut secara memadai sehingga merek tersebut menjadi nama generik bagi produk tersebut. Contoh utama dari merek dagang sebelumnya yang menjadi nama generik suatu produk adalah ASPIRIN dan CELLPHONE. Merek dagang saat ini

yang pernah dianggap sebagai kandidat untuk menjadi generic adalah XEROX dan KLEENEX. XEROX telah menghabiskan banyak uang iklan untuk mencegah penyalahgunaan mereknya. Dengan demikian, XEROX kemungkinan akan menghindari hilangnya merek dagangnya. Kata-kata dan frasa berikut berikut dapat dianggap generic dan oleh karena itu tidak dapat berfungsi sebagai merek dagang:

- SMARTPHONE;
- SOCIAL NETWORK; dan
- E-MAIL.

Dari uraian penjelasan dari lima kategori yang termasuk dalam skala kekhasan perangkat atau merek dapat disimpulkan bahwa merek yang fantastis, sewenang-wenang, atau sugestif dianggap cukup khas sebagai merek dagang. Namun berbeda jika perangkat tersebut bersifat deskriptif, maka dapat berfungsi sebagai merek dagang atau merek jasa hanya jika telah memperoleh makna sekunder. Lain hal dengan perangkat generik yang tidak pernah bisa menjadi merek dagang. Kekuatan suatu merek ditentukan sebagian oleh tempat merek tersebut jatuh pada skala kekhasan. Merek Fantastis dianggap lebih khas daripada Merek Sugestif, oleh karena itu diberikan perlindungan yang lebih besar oleh pengadilan. Dari kesimpulan diatas juga dapat ditemukan bahwa merek tidak dapat dikubukan karena sesuai dengan kategori kekhasan perangkat ditemukan bahwa ada merek yang tidak memiliki arti namun tetap dapat dianggap sebagai suatu merek. Maka sebaiknya kewajiban penggunaan merek berbahasa Indonesia ditiadakan karena dapat menimbulkan adanya hambatan dalam penerapannya. Namun apabila kewajiban penggunaan merek berbahasa Indonesia tersebut diuji dengan UU MIG maka dapat melihat ketentuan pasal 35 ayat 5 yang menyebutkan:

“Pencantuman Bahasa Indonesia pada merek dagang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.”
 Dari ketentuan tersebut dapat dilihat apabila terjadi pertentangan antara pasal 35 Perpres Bahasa dan UU MIG dalam hal merek terdaftar menggunakan bahasa asing maka yang berlaku adalah UU MIG.

4. Harmonisasi Ketentuan Mengenai Kewajiban Penggunaan Merek Berbahasa Indonesia dalam Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Harmonisasi hukum dalam peraturan perundang-undangan selaku subsistem hukum dalam kerangka sistem hukum nasional, sehingga norma-norma hukum dalam peraturan perundang-undangan tidak saling berlawanan serta tidak terjalin duplikasi ataupun tumpang tindih. Urgensi dari harmonisasi hukum ini, di satu pihak membagikan landasan hukum yang kokoh cocok dengan hierarki peraturan perundang-undangan, di lain pihak dari segi sistem hukum serta asas hukum, sehingga dalam pelaksanaannya tidak terjalin konflik norma. Permasalahan pokoknya yakni gimana kerangka pemikiran yang bisa digunakan dalam menguasai konsep harmonisasi hukum buat menanggulangi terbentuknya pertentangan-pertentangan, batas perbandingan di antara ketentuan- ketentuan peraturan perundangan- undangan selaku sistem hukum dalam satu kesatuan sistem hukum nasional, sehingga tidak terhalang oleh pertentangan, perbandingan serta tidak terjalin tumpang tindih.⁸⁷

Badan Pembinaan Hukum Nasional Departemen Kehakiman, memberikan definisi harmonisasi hukum merupakan aktivitas ilmiah untuk menuju proses pengharmonisan hukum tertulis yang mengacu baik pada nilai-nilai filosofis, sosiologis, ekonomis maupun yuridis. Pengkajian terhadap rancangan peraturan perundang-undangan, dalam bermacam aspek apakah sudah mencerminkan keselarasan serta kesesuaian dengan peraturan perundang-undangan yang lain, hukum tidak tertulis yang hidup dalam warga, konvensi-konvensi serta perjanjian-perjanjian internasional baik serta perjanjian-perjanjian internasional baik bilateral ataupun multilateral yang sudah diratifikasi Indonesia.⁸⁸ Dari uraian diatas, harmonisasi hukum dimaksud selaku upaya ataupun proses untuk

⁸⁷ Kusnu Goesniadhie Slamet, **Harmonisasi Hukum dalam Perspektif Perundang-Undangan**, Jurnal Hukum No. 27 Vol. 11 September 2004, hlm 84.

⁸⁸ Moh. Hasan Wargakusumah, dkk., **Perumusan Harmonisasai Hukum tentang Metodologi Harmonisasi Hukum**, BPHN Departemen Kehakiman, 1996/1997, hlm 37.

merealisasi keselarasan, kesesuaian, keserasian, kecocokan, keseimbangan, di antara norma-norma hukum di dalam peraturan perundang-undangan selaku sistem hukum dalam satu kesatuan kerangka sistem hukum nasional. Dengan demikian norma-norma hukum di dalam peraturan perundang-undangan selaku sub-sistem dalam satu kesatuan kerangka sistem hukum nasional, tidak terhalang oleh perbedaan-perbedaan, tidak saling berlawanan serta tidak terjalin duplikasi ataupun tumpang tindih. Adapaun maksud dari harmonisasi atau sinkronisasi adalah agar substansi yang diatur dalam peraturan perundang-undangan saling melengkapi dan saling terkait. Selain itu juga bertujuan untuk mewujudkan landasan pengaturan suatu bidang tertentu yang dapat memberikan kepastian hukum.⁸⁹

Adanya dualisme ketentuan merek dagang dalam Undang-Undang Merek dan Peraturan Presiden No. 63 Tahun 2019 memiliki dampak atau pengaruh bagi sistem hukum merek di Indonesia. Hal tersebut mengharuskan adanya jaminan harmonisasi diantara kedua pengaturan mengenai merek dagang tersebut sehingga dapat tercipta peraturan perundang-undangan yang baik dan tidak saling bertentangan antara satu dengan yang lainnya.

Definisi merek dalam ketentuan Undang-Undang Merek tidak mewajibkan suatu merek dagang yang dimiliki oleh Warga Negara Indonesia menggunakan Bahasa Indonesia, tetapi di dalam UU MIG sendiri memberikan unsur-unsur merek untuk dapat dilindungi yang meliputi tiga hal yaitu tanda, daya pembeda, dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Hal tersebut sama dengan yang dikemukakan oleh Rahmi Jened yang menggunakan istilah "elemen merek" yang mampu memberikan perlindungan hukum sebagai merek yaitu sebagai tanda, daya pembeda dan penggunaan untuk perdagangan barang dan/atau jasa.⁹⁰ Menurut T. Mulya Lubis juga menjelaskan bahwa merek merupakan sebuah tanda yang mengandung daya pembeda yang cukup

⁸⁹ Supardan Modeong, **Teknik Perundang-Undangan di Indonesia**, Perca, Jakarta, 2003, hlm 22.

⁹⁰ Rahmi Jened, **Hukum Merek Trademark Law Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi**, PT Kencana, Jakarta, 2017, hlm 60.

dengan barang-barang sejenis, kalau tidak ada daya pembeda maka tidak mungkin disebut merek.⁹¹ Kaitannya dengan kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia termasuk pada unsur merek yang pertama yaitu tanda. Tanda dapat berupa banyak hal, namun yang berkaitan dengan konteks permasalahan adalah tanda yang menggunakan kata atau huruf menggunakan Bahasa Indonesia atau tidak. Batasan atas penggunaan Bahasa Indonesia pada kata atau huruf dalam tanda merek sangat terbuka menggunakan Bahasa Indonesia atau bahasa asing sepanjang tanda tersebut memiliki daya pembeda (*distinctiveness*) dengan produk lain, dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Daya pembeda itu merupakan parameter dalam hukum merek yang paling penting sebagai syarat mutlak yang harus dipenuhi oleh suatu tanda agar mendapat perlindungan hak atas merek.⁹²

Meskipun definisi merek yang disebutkan dalam ketentuan Undang-Undang Merek tidak mewajibkan merek dagang menggunakan Bahasa Indonesia, namun dalam UU MIG memberikan batasan merek-merek apa saja yang tidak dapat didaftar dan dapat ditolak. Seperti yang kita ketahui, suatu merek mendapat perlindungan hukum setelah merek tersebut terdaftar.⁹³ Merek yang dimohonkan pendaftarannya tersebut harus melalui pemeriksaan substantif dalam proses pendaftarannya. Pemeriksaan substantif terhadap permohonan pendaftaran merek dilaksanakan berdasarkan ketentuan pasal 20 dan pasal 21 UU MIG.

Dasar absolut ditolaknya suatu merek dapat ditemukan sebagaimana diatur dalam pasal 20 UU MIG yang menyatakan bahwa: Merek tidak dapat didaftar jika:⁹⁴

- a. bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;

⁹¹ T. Mulya Lubis **Perselisihan Hak Atas Merek Terkenal di Indonesia**, Liberty, Yogyakarta, 2000, hlm 5

⁹² Natalia Arina Nadeak, dkk. **Tumpang Tindih Bentuk Tiga Dimensi Dalam Undang-Undang Merek dan Undang-Undang Desain Industri**, Jurnal Hukum Ius Quia Iustum, vol. 26 No. 1, Januari 2019, hlm 26.

⁹³ Pasal 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

⁹⁴ Pasal 20 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

- b. sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;
- c. memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftaran atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- d. memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaa, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;
- e. tidak memiliki daya pembeda; dan/atau
- f. merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Sedangkan dasar relatif ditolaknya suatu merek dapat diketemukan dalam ketentuan sebagaimana diatur dalam pasal 21 UU MIG yang menyebutkan bahwa:⁹⁵

- (1) Permohonan ditolak jika Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan:
 - a. Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
 - b. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
 - c. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu; atau
 - d. Indikasi Geografis terdaftar.
- (2) Permohonan ditolak jika Merek tersebut:
 - a. merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
 - b. merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu neagra, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang; atau

⁹⁵ Pasal 21 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.



c. merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.

(3) Permohonan ditolak jika diajukan oleh Pemohon yang beritikad tidak baik.

(4) Ketentuan lebih lanjut mengenai penolakan Permohonan Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a sampai dengan huruf c diatur dengan Peraturan Menteri.

Undang-Undang Merek atau dalam hal ini UU MIG memberikan batasan terhadap suatu merek terkait dapat atau tidaknya suatu permohonan pendaftaran merek tersebut terdaftar dan mendapat perlindungan hukum hak atas merek dengan adanya dasar absolut dan dasar relatif suatu merek. Sebagaimana disebutkan pasal 20 huruf a UU MIG menyebutkan bahwa suatu merek tidak dapat didaftar jika merek tersebut bertentangan dengan peraturan perundang-undangan. Adapun pengertian mengenai peraturan perundang-undangan menurut Bagir Manan sebagaimana dikutip oleh Maria Farida dalam bukunya Ilmu Perundang-Undangan, antara lain:⁹⁶

- a. Setiap keputusan tertulis yang dikeluarkan oleh pejabat atau lingkungan jabatan yang berwenang yang berisi aturan tingkah laku yang bersifat mengikat atau umum;
- b. Merupakan aturan tingkah laku yang berisi ketentuan-ketentuan mengenai hak, kewajiban, fungsi, status atau suatu tatanan;
- c. Merupakan peraturan yang mempunyai ciri-ciri umum-abstrak atau abstrak-umum; tidak mengatur atau tidak ditujukan pada objek, peristiwa atau gejala konkret tertentu;
- d. Dengan mengambil pemahaman dari Belanda, peraturan perundang-undangan biasa disebut dengan *wet in materiele zin* atau sering disebut dengan *algemeen verbindende voorschrift coörschriften, wet, AmvB, de ministeriele verordening, de gementelijke raadsverordeningen, de provincial staten verordeningen*.

⁹⁶ Maria Farida, **Ilmu Perundang-Undangan**, Kanisius, Yogyakarta, 2007, hlm 10.

Jimly Asshiddiqie juga memberikan definisi peraturan perundang-undangan yang merupakan keseluruhan susunan hierarkis dari peraturan perundang-undangan yang berbentuk Undang-Undang kebawah yaitu semua produk hukum yang melibatkan peran lembaga perwakilan rakyat bersama dengan pemerintah ataupun yang melibatkan peran pemerintah karena kedudukan politiknya dalam melaksanakan produk legislatif yang ditetapkan oleh lembaga-lembaga perwakilan rakyat bersama-sama dengan pemerintah menurut tingkatan masing-masing.⁹⁷ Selain itu, sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan memberikan definisi Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia, yaitu:⁹⁸

“Peraturan Perundang-Undangan adalah peraturan tertulis yang memuat norma hukum mengikat secara umum dan dibentuk atau ditetapkan oleh lembaga negara atau pejabat yang berwenang melalui prosedur yang ditetapkan dalam Peraturan Perundang-Undangan.”

Definisi tersebut menunjukkan bahwa hierarki peraturan perundang-undangan di Indonesia memiliki kekuatan hukum mengikat dan berlaku secara umum dalam membentuk peraturan perundang-undangan di Indonesia.⁹⁹ Jenis dan hierarki peraturan perundang-undangan dapat ditemukan pada Pasal 7 ayat (1) Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (UU PPU) jo. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan yang menyatakan bahwa:

100

- a. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- b. Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat;

⁹⁷ Yuliandri, **Asas-Asas Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan yang Baik**, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011, hlm 41.

⁹⁸ Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan.

⁹⁹ Ahmad Husen, **Eksistensi Peraturan Presiden Dalam Sistem Peraturan Perundang-Undangan**, Jurnal Lex Scientia Law Review, Volume 3 No. 1, Yogyakarta, 2019, hlm 72.

¹⁰⁰ Pasal 7 ayat (1) Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan jo. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan.

- c. Undang-Undang/ Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang;
- d. Peraturan Pemerintah;
- e. Peraturan Presiden;
- f. Peraturan Daerah Provinsi; dan
- g. Peraturan Daerah Kabupaten/Kota.

Dalam suatu negara yang berdasarkan atas hukum, peraturan perundang-undangan memiliki peran sangat penting karena fungsinya yang tidak hanya memberi bantuan kepada norma-norma dan nilai-nilai yang berlaku dan hidup dalam masyarakat tetapi juga peraturan perundang-undangan berfungsi sebagai instrumen untuk mengatur dan mengarahkan kehidupan masyarakat menuju cita-cita serta yang diharapkan oleh suatu negara.¹⁰¹

Berdasarkan uraian diatas mengenai definisi merek itu sendiri dan jenis peraturan perundang-undangan, maka Perpres Bahasa dan Undang-Undang Badan Bahasa dapat dikategorikan dan termasuk dalam jenis peraturan perundang-undangan sehingga dapat digunakan sebagai dasar absolut untuk menolak suatu permohonan pendaftaran merek yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 20 huruf a UU MIG. Dengan begitu, Perpres Bahasa dan Undang-Undang Badan Bahasa tidak bertentangan dengan Undang-Undang Merek terkait dengan aturan yang mengenai kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia terhadap merek dagang milik Warga Negara Indonesia atau Badan Hukum Indonesia sehingga hal tersebut dapat berjalan secara berdampingan terhadap pengaturan mengenai merek dagang.

Namun apabila melihat pada kekhususan pengaturan Indonesia sebagai negara hukum yang memiliki tingkatan pada peraturan perundang-undangan berdasarkan *stufenbau theory* yang menjelaskan bahwa norma-norma itu berjenjang-jenjang dan berlapis-lapis dalam suatu hierarki tata

¹⁰¹ Maria Farida Indrati S, **Kedudukan dan Materi Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, dan Keputusan Presiden dalam Penyelenggaraan Pemetintah Negera di Republik Indonesia**, Universitas Indonesia, Jakarta, 2002, hlm 21.

susunan peraturan perundang-undangan, bersumber dan berdasar pada norma tertinggi yang tidak dapat ditelusuri lebih lanjut, dan bersifat hipotesis, serta fiktif, yaitu norma dasar (*groundnorm/basic norm/fundamental norm*).¹⁰² Dilihat secara konsep, peraturan perundang-undangan yang tinggi memberikan gagasan atau ide pada peraturan perundang-undangan dibawahnya demikian juga peraturan perundang-undangan yang setingkat juga harus harmonis. Faktanya, kedua ketentuan peraturan perundang-undangan yang mengatu dalam hal yang sama (merek dagang) tidak saling harmonis melainkan bertentangan satu sama lain. Adapun asas preferensi dalam ilmu hukum yang mendasari hal tersebut, asas preferensi terdiri dari 3 (tiga) asas, yaitu:¹⁰³

1. *Lex Superiori Derogat Legi Inferiori*

Asas yang menyatakan bahwa peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi mengesampingkan peraturan perundang-undangan yang lebih rendah.

2. *Lex Specialis Derogat Legi Generalis*

Asas yang menyatkan bahwa peraturan perundang-undangan yang khusus mengesampingkan peraturan perundang-undangan yang umum.

3. *Lex Posteriori Derogat Legi Priori*

Asas yang menyatakan bahwa peraturan perundang-undangan yang lebih baru mengesampingkan peraturan perundang-undangan yang lama.

Ketentuan mengenai kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia pada merek dagang sebagaimana diatur dalam Pasal 35 Perpres Bahasa yang merupakan peraturan turunan dari UU Badan Bahasa bertentangan dengan UU MIG dikarenakan mempersempit ruang pendaftaran merek yang tidak hanya menggunakan Bahasa Indonesia. Berdasarkan pada pasal 7 UU PPPU, kedua peraturan perundang-undangan yang dalam hal ini UU MIG dan UU Badan Bahasa memiliki kedudukan yang setingkat atau sejajar.

¹⁰² Aziz Syamsudin, **Proses dan Teknik Penyusunan Undang-Undang**, PT Sinar Grafika, Jakarta, 2013, hlm 21.

¹⁰³ Ahmad Rifa'i, **Penemuan Hukum oleh Hakim: Dalam Perspektif Hukum Progresif**, PT Sinar Grafika, Jakarta, 2011, hlm 90.

Apabila diterapkan dengan menggunakan asas preferensi yaitu *lex specialis derogate legi generalis* maka UU MIG lebih spesifik mengatur mengenai batasan dalam merek dibanding dengan UU Badan Bahasa. Kemudian dengan memperhatikan konsideran pada UU Badan Bahasa yang dilatarbelakangi karena bendera, bahasa, dan lambang negara, serta lagu kebangsaan Indonesia merupakan sarana pemersatu, identitas, dan wujud eksistensi bangsa yang menjadi simbol kedaulatan dan kehormatan negara dan manifestasi kebudayaan yang berakar dan memiliki nilai sejarah perjuangan bangsa. Sedangkan UU MIG yang dilatarbelakangi karena era perdagangan global, ratifikasi konvensi internasional, dan memberi kepastian hukum bagi dunia industri. Sehingga dapat disimpulkan dengan mendasar pada asas preferensi *lex specialis derogate legi generalis* bahwa UU MIG dapat mengesampingkan ketentuan kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia sebagaimana diatur dalam UU Badan Bahasa.

Selain itu, dapat pula mengacu pada pasal 7 UU PPPU yang melihat kedudukan Peraturan Presiden lebih rendah dari pada Undang-Undang maka dalam hal ini ketentuan mengenai kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia pada merek dagang yang sebagaimana diatur dalam pasal 35 Perpres Bahasa bertentangan dengan ketentuan merek pada UU MIG karena jika diterapkan asas preferensi *lex superiori derogate legi inferiori* UU MIG merupakan peraturan yang lebih tinggi dari pada Perpres Bahasa. Demikian dapat disimpulkan bahwa UU MIG tidak hanya merupakan aturan *lex specialis* terhadap aturan yang mengatur mengenai merek melainkan juga UU MIG merupakan aturan *lex superiori* karena kedudukan Undang-Undang lebih tinggi dari pada Peraturan Presiden.

B. Akibat Hukum Terhadap Keberlakuan Ketentuan Pasal 35 Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia Terhadap Merek Yang Sudah Terdaftar Menggunakan Bahasa Asing

Pada hakikatnya Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan hak eksklusif yang diberikan kepada dari karya yang dihasilkan dengan mendayagunakan intelektualitasnya. Hal tersebut merupakan dasar dalam konsep HKI yang dikenal dengan hak ekonomi (*economic rights*) dan hak moral (*moral rights*)

yang melekat pada karya yang dihasilkan. Hak ekonomi adalah hak yang menjadi perangsang bagi inventor, pencipta atau pendesain untuk memperoleh manfaat ekonomi, seperti royalti dan uang.¹⁰⁴ HKI dan kreativitas tidak dapat dilepaskan begitu saja, kreativitas merupakan aktivitas kognitif atau proses berpikir untuk menghasilkan gagasan-gagasan yang baru dan berguna atau *new ideas and useful*.¹⁰⁵

Kreativitas dan penghargaan (dapat menghargai karya orang lain) pada dasarnya merupakan esensi utama dari perlindungan HKI. Sementara sistem perlindungan HKI sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan hanya sebuah sistem yang berkembang dengan landasan hal tersebut kemudian dikaitkan dengan sistem ekonomi dan perdagangan internasional.¹⁰⁶ Budi Agus Riswandi mempertegas dalam bukunya bahwa HKI harus kreatif dan inovatif untuk mendapat perlindungan.¹⁰⁷ Kreatif dan inovatif sebagai alat pemacu dan motivasi bagi para pelaku usaha bertujuan untuk mengembangkan produk dalam dunia usaha dengan berbasis HKI agar lebih bermutu sehingga dapat bersaing dengan produk luar negeri.¹⁰⁸ Konteks kreatif dan inovatif harus memenuhi di masing-masing jenis HKI, tidak terkecuali pada merek sebagai salah satu jenis HKI walaupun merek sejak awal sudah dikenal sebagai alat untuk perlindungan bisnis dari pada kreativitas kekayaan intelektual, tetapi seiring berjalan waktu hal tersebut mulai bergeser bahwa tanda yang melekat pada merek membutuhkan sebuah kreativitas agar memiliki daya pembeda dengan tanda lain.

Ketentuan mengenai kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia dalam merek sebagaimana diatur dalam Perpres Bahasa membatasi kreativitas dalam penemuan dan pencarian penamaan merek karena akan sulit memiliki daya pembeda. Kreativitas mempengaruhi beberapa faktor yang diantaranya adalah lingkungan sosial yang dalam hal ini dapat diartikan ada atau tidaknya beberapa

¹⁰⁴ Yulia Widiadtuti dkk, **Perlindungan Hak Ekonomi Terhadap Penggunaan Merek Dalam Perjanjian Waralaba**, Jurnal Law Reform, Vol. 11 No. 2, 2015, hlm 256.

¹⁰⁵ Suharnan, *Psikologi Kognitif*, PT Srikandi, Surabaya, 2005.

¹⁰⁶ Krisnani Setyowati dkk, **Hak Kekayaan Intelektual dan Tantangan Implementasinya di Perguruan Tinggi**, Kantor HKI IPB, Bogor, hlm 73.

¹⁰⁷ Badi Agus Riswadi, **Problematisasi Ekonomi Kreatif dan Perspektif Kelembagaan Hak Kekayaan Intelektual**, diakses dari <http://pusathki.uji.ac.id/module/uploads/2016/12/HKI-dan-Ekonomi-Kreatif.pdf> tanggal 2 April 2021 pukul 16.53 WIB

¹⁰⁸ Sigit Nugroho, **Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dalam Upaya Pembangunan ekonomi di Era Pasar Bebas Asean**, Supremasi Hukum: Jurnal Penelitian Hukum, Vol. 24 No. 2, Agustus 2015, hlm 170.

tekanan dari lingkungan sosial seperti pengawasan, penilaian ataupun pembatasan-pembatasan dari pihak luar. Pembatasan dari pihak luar tersebut merupakan ketentuan yang sebagaimana diatur dalam pasal 35 Perpres Bahasa yang mempengaruhi kreativitas dalam penemuan dan pencarian penamaan merek. Fatmawiyati mengutip pendapat diungkapkan oleh Hurlock mengenai faktor mempengaruhi kreativitas yang mana sebagai berikut:¹⁰⁹ jenis kelamin, kondisi sosial ekonomi, lingkungan tempat dimana tinggal atau bekerja dan intelegensi.

Adanya ketentuan sebagaimana disebutkan dalam pasal 35 Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia (Perpres Bahasa) yang mengatur mengenai kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia pada merek dagang yang dimiliki oleh Warga Negara Indonesia atau Badan Hukum Indonesia memiliki akibat hukum pada keberlakuan merek terdaftar dan pendaftaran merek. Apabila Peraturan Presiden Bahasa dan Undang-Undang Badan Bahasa tersebut dapat dikategorikan sebagai dasar absolut ditolaknya suatu permohonan pendaftaran merek maka akan ada 2 (dua) pihak yang berperan dengan adanya akibat hukum atau dampak dari keberlakuan suatu merek dagang, sebagai berikut:

1. Menteri dapat menghapus merek terdaftar berdasarkan rekomendasi dari Komisi Banding Merek sebagaimana diatur dalam ketentuan pasal 31 UU MIG yang menyebutkan apabila merek terdaftar tersebut melanggar ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, dan ketertiban umum. Dengan begitu karena Perpres Bahasa dapat dikategorikan sebagai peraturan perundang-undangan, maka merek terdaftar yang dimiliki oleh warga negara Indonesia atau Badan Hukum Indonesia dapat dihapuskan oleh Menteri atas rekomendasi dari Komisi Banding Merek apabila merek yang terdaftar tersebut melanggar peraturan perundang-undangan (Perpres Bahasa).
2. Pihak ketiga yang berkepentingan dapat mengajukan gugatan pembatalan merek terdaftar karena bertentangan dengan peraturan perundang-undangan (Perpres Bahasa) hal tersebut didasarkan pada pasal 76 ayat (1)

¹⁰⁹ Jati Fatmawiyati, **Telaah Kreativitas**, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, Surabaya, hlm. 11-12.

UU MIG yang menyebutkan bahwa gugatan pembatalan merek terdaftar dapat diajukan oleh pihak yang berkepentingan berdasarkan alasan sebagaimana dimaksud dalam pasal 20 dan/atau pasal 21 UU MIG.

Gugatan pembatalan suatu merek terdaftar atas dasar bertentangan dengan peraturan perundang-undangan tersebut hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terhitung sejak tanggal merek tersebut terdaftar sebagaimana diatur dalam pasal 77 ayat (1) UU MIG. Namun, gugatan pembatalan suatu merek terdaftar dapat juga diajukan oleh pihak lain tanpa batas waktu jika terdapat unsur itikad tidak baik dan/atau merek tersebut bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, dan ketertiban umum sebagaimana diatur dalam pasal 77 ayat (2) UU MIG.

Namun didalam ketentuan pasal 20 UU MIG tidak terdapat ketentuan yang mengatur apabila permohonan pendaftaran merek menggunakan bahasa asing tidak dapat didaftarkan sebagai merek, maka apabila suatu permohonan pendaftaran merek menggunakan bahasa asing maka tetap dapat didaftarkan karena tidak termasuk merek yang tidak dapat didaftar. Demikian juga dalam ketentuan pasal 21 UU MIG tidak terdapat ketentuan yang mengatur apabila permohonan pendaftaran merek menggunakan bahasa asing maka permohonan tersebut ditolak, maka apabila suatu permohonan pendaftaran merek menggunakan bahasa asing maka permohonan pendaftaran merek tetap dapat diproses sebab tidak termasuk merek yang dapat ditolak. Memperhatikan ketentuan dalam pasal 20 dan 21 UU MIG maka dapat disimpulkan bahwa merek tetap dapat didaftarkan apabila telah memenuhi unsur-unsur dalam pasal 2 ayat (3) UU MIG dan merek yang diajukan tersebut tidak termasuk ke dalam merek yang tidak dapat didaftar dan/atau ditolak.

Apabila merek tersebut menggunakan bahasa asing maka dalam pengumumannya wajib mencantumkan terjemahannya seperti yang sebagaimana diatur dalam pasal 15 huruf e UU MIG menyebutkan bahwa pengumuman dilakukan dengan mencantumkan label merek termasuk keterangan mengenai warna dan jika label merek menggunakan bahasa asing dan/atau huruf selain huruf latin dan/atau angka yang tidak lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia, disertai terjemahannya ke dalam bahasa Indonesia, huruf latin atau angka yang lazimnya digunakan dalam bahas Indonesia, serta

- 1) Kepentingan pemilik merek untuk tidak diganggu gugat dalam hubungan baiknya dengan para konsumen, yang telah dibina olehnya dipasar melalui penggunaan suatu merek tertentu, serta dalam harapan yang wajar untuk memperoleh langganan tetap pada masa yang akan mendatang, yang kesemuanya itu terjamin oleh pengenalan masyarakat kepada merek

¹¹¹ Suyud Margono, **Hak Milik Industri: Pengaturan dan Praktik di Indonesia**, Ghalia Indonesia, Bogor, 2011, hlm 48-49.

tersebut, yang menunjukkan bahwa pemilik merek itu adalah produsen dari barang atau jasa yang bersangkutan.

- 2) Kepentingan para produsen atau para pedagang lainnya yang bersaing, untuk bebas memasarkan barang-barangnya dengan memakai tanda-tanda umum yang dapat dipakai oleh siapa saja, dan yang seharusnya tidak boleh dimonopoli oleh siapapun sehingga tidak merugikan kebebasan mereka untuk menjual barang-barangnya dalam persaingan jujur dan sah.
- 3) Kepentingan para konsumen untuk dilindungi terhadap praktik-praktik yang cenderung hendak menciptakan kesan-kesan yang dapat menyesatkan dan menipu atau membingungkan konsumen, dengan cara yang sebagaimana diatur dalam pasal 21 ayat (3) UU MIG disebutkan bahwa pembatalan merek terdaftar yang dipalsukan tanpa itikad tidak baik dapat diajukan kapan saja tanpa ada batas waktunya.
- 4) Kepentingan umum untuk memajukan perdagangan yang jujur di pasar-pasar, serta untuk mencegah timbulnya praktik-praktik yang tidak jujur dan pula bertentangan dengan norma-norma kepatuhan dalam perdagangan.

Demikian dari uraian diatas dengan mengingat ketentuan pada pasal 35 Perpres Bahasa yang mengatur mengenai kewajiban penggunaan bahasa Indonesia pada merek dagang bertentangan dengan UU MIG karena menyebabkan adanya kondisi mengenai ketentuan bahasa pada merek dagang. Hal tersebut berpengaruh kepada berbagai pihak seperti Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual sebagai pihak yang berwenang memproses permohonan pendaftaran merek dan juga bagi masyarakat mengenai ketentuan merek yang dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan dalam mendaftarkan mereknya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual agar mendapatkan perlindungan hukum hak atas merek. Kemudian dengan adanya ketentuan tentang kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia pada merek dagang tersebut juga akan berakibat pada merek milik warga negara Indonesia maupun badan hukum Indonesia yang sudah mendaftarkan mereknya menggunakan bahasa asing. Selain itu, ketentuan tersebut juga membatasi kreatifitas dalam penemuan dan pencarian nama merek karena merek karena terbatas hanya diperbolehkan menggunakan bahasa Indonesia dan akan sulit menemukan daya pembeda.

Ditinjau dari aspek hukum, masalah merek menjadi sangat penting sehubungan dengan persoalan perlu adanya perlindungan hukum dan

kepastian hukum bagi pemilik atau pemegang merek dan perlindungan hukum terhadap masyarakat sebagai konsumen atas suatu barang atau jasa yang memakai suatu merek agar tidak terkecoh oleh merek-merek lain, tidak dapat dipungkiri bahwa masalah penggunaan merek terkenal oleh pihak yang tidak berhak masih banyak terjadi di Indonesia dan kenyataan tersebut benar-benar disadari oleh pemerintah, tetapi dalam praktek banyak kendala-kendala sebagaimana dikatakan oleh A Zen Umar Purba (mantan Dirjen HaKI) bahwa *Law Enforcement* yang lemah.¹¹² Karena banyak masalah dibidang merek mengenai pemalsuan tanpa hak terutama terhadap merek terkenal yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain dengan tujuan mencari keuntungan. Pada dasarnya hukum merupakan aturan yang sengaja dibuat dengan tujuan agar tercapai kehidupan yang tertib, aman, damai dan tenteram di dalam masyarakat. Hukum dipergunakan sebagai patokan-patokan sebagaimana masyarakat harus bertingkah laku. Sebagaimana merek digunakan sebagai tanda pengenal yang membedakan produk barang atau jasa milik seseorang dengan milik orang lain.¹¹³

Dengan begitu ketentuan Perpres bahasa menjadi peraturan yang membatasi kreatifitas karena bertentangan dengan tujuan UU MIG yang dibuat untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, memberi kepastian hukum bagi dunia industri, perdagangan dan investasi dalam menghadapi perkembangan perekonomian lokal regional, nasional, dan internasional dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.¹¹⁴ Mengenai perkembangan ekonomi di Indonesia saat ini mulai dikembangkan dengan gagasan ekonomi kreatif berbasis kekayaan intelektual yang menunjang dan mengembangkan suatu gagasan tersebut dibutuhkan kreativitas manusia yang dituang dengan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi agar harapannya gagasan tersebut dapat dicapai secara maksimal.¹¹⁵ Ekonomi kreatif menekankan bahwa perlunya didorong kreativitas masyarakat Indonesia

¹¹² Wonkdermayu, **Laporan Penelitian: Perlindungan Hukum Terhadap Pemanfaatan Merek Terkenal**, Artikel Wordpress, 2017, hlm 4.

¹¹³ Nur Hidayati, **Perlindungan Hukum Pada Merek Yang Terdaftar**, Jurnal Hukum, 2011, diakses dari <http://webcache.googleusercontent.com> pada tanggal 28 April 2021 pukul 15.16 WIB

¹¹⁴ Konsideran Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

¹¹⁵ Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif

agar melakukan inovasi dengan berbasis kekayaan intelektual dengan menghasilkan produk yang dapat berdaya saing lokal maupun global dan dilindungi hasil kreatifitas yang dibuat oleh pelaku ekonomi kreatif.¹¹⁶ Hal tersebut juga berkenaan dengan pendapat bahwa kebijakan penggunaan bahasa Indonesia terhadap merek dagang justru menjadi kontra produktif bagi pelaku ekonomi karena prinsip utama dalam bisnis merupakan mencari keuntungan semaksimal mungkin dengan upaya seminimal mungkin sehingga ketentuan dalam Perpres Bahasa tersebut dianggap sebagai bagian dari inefisiensi produksi dan berlawanan dengan strategi pemasaran.¹¹⁷

Sebagaimana yang telah diuraikan diatas maka hasil analisis penulis sebelumnya bahwa pengaturan mengenai kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia pada merek dagang yang diatur dalam Perpres Bahasa bertentangan dengan UU MIG karena hal tersebut menimbulkan adanya konflik hukum terhadap merek yang sudah terdaftar menggunakan bahasa asing. Kepastian hukum terletak pada tegaknya suatu hukum dan dapat dijadikan pedoman perilaku bagi semua orang, serta dapat menjamin bahwa hukum tersebut dijalankan dan yang berhak menurut hukum, akan memperoleh haknya. Tidak hanya itu, kepastian hukum secara normatif adalah ketika suatu peraturan dibuat dan diundangkan secara pasti karena mengatur secara jelas dan logis. Jelas yang berarti tidak menimbulkan keragu-raguan (multi-tafsir) dan logis. Jelas yang berarti menjadi suatu sistem norma dengan norma lain sehingga tidak berbenturan dan menimbulkan konflik norma. Kepastian hukum menunjuk kepada pemberlakuan hukum yang jelas, tetap, konsisten dan konsekuen yang pelaksanaannya tidak dapat dipengaruhi oleh keadaan-keadaan yang sifatnya subjektif. Kepastian dan keadilan bukanlah sekedar tuntutan moral, melainkan secara faktanya mencirikan hukum dimana suatu hukum yang tidak pasti dan tidak mau adil bukan sekedar hukum yang buruk.¹¹⁸

Keberlakuan ketentuan dalam Perpres Bahasa mengenai kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia pada merek yang sudah terdaftar

¹¹⁶ Pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif

¹¹⁷ Eka Dian Savitri, Kartika Nuswantara, Siti Zahrok, **Sikap Pilihan Bahasa Pelaku Ekonomi Berdasarkan Tinjauan Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah**, Jurnal Sosialis Humaniora, hlm 161.

¹¹⁸ Cst Kansil, dkk, **Kamus Istilah Hukum**, Jakarta, 2009, hlm 385.

menggunakan bahasa asing bertentangan dengan UU MIG. Apabila isi muatan pada ketentuan peraturan perundang-undangan saling bertentangan, maka dapat mengakibatkan ketidakpastian hukum dan dengan menerapkan asas hukum atau doktrin hukum merupakan salah satu cara untuk mengatasinya.¹¹⁹ Asas norma hukum dapat diterapkan untuk membantu mencari jalan keluar dari ketidakpastian yang diakibatkan pertentangan antara peraturan perundang-undangan.¹²⁰ Maka dari itu asas-asas norma hukum dapat diterapkan untuk memberi kepastian hukum yang diakibatkan karena timbulnya konflik hukum antara ketentuan dalam Perpres Bahasa dan UU MIG. Dengan memperhatikan Perpres Bahasa yang merupakan amanat atau peraturan turunan dari pasal 40 UU Badan Bahasa yang lahir dengan dilatarbelakangi bendera, bahasa, lambang negara, serta lagu kebangsaan Indonesia merupakan sarana pemersatu, identitas, dan wujud eksistensi bangsa yang menjadi simbol keaulatan dan kehormatan negara dan manifestasi kebudayaan dan memiliki nilai sejarah perjuangan. Sedangkan UU MIG lahir dengan dilatarbelakangi era perdagangan global, ratifikasi konvensi internasional, dan memberi kepastian hukum bagi dunia industry. Dengan begitu dapat diterapkan asas *Lex Specialis Derogat Legi Generalis* karena dalam permasalahan ini UU MIG lebih mengatur khusus dibidang merek dan dapat mengesampingkan Perpres Bahasa yang mengatur kewajiban penggunaan bahasa Indonesia terhadap merek dagang. Asas *Lex Superior Derogat Legi Inferiori* juga dapat diterapkan dengan melihat kedudukan UU MIG dalam hierarki peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi daripada Perpres Bahasa.

Selain itu, ketentuan dalam Perpres Bahasa tidak mengatur mengenai penegakan hukum apabila ada merek yang terdaftar tidak menggunakan bahasa Indonesia. Karakteristik norma hukum adalah memiliki sanksi yang

¹¹⁹ A.A. Oka Mahendra, **Harmonisasi Peraturan Perundang-Undangan**, diakses dari http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=421:harmonisasi-peraturan-perundang-undangan&catid=100:hukum-tata-negaraperundang-undangan&Itemid=180 pada tanggal 30 April 2021 pukul 14.03 WIB

¹²⁰ Barita Simanjuntak. **Permasalahan Peraturan Perundang-Undangan dan Strategi Mengatasi Permasalahan Tumpang Tindih Peraturan Perundang-Undnagan**, disampaikan pada acara Focus Group Discussion (FGD) yang diselenggarakan Kemenko Polhukam di Jakarta, 19 November 2014, diakses dari <https://komisi-kejaksaan.go.id/permasalahan-perundang-undangan-dan-strategi-mengatasi-permasalahan-tumpang-tindih-peraturan-perundang-undangan/> pada tanggal 30 April 2021 oukul 14.22 WIB

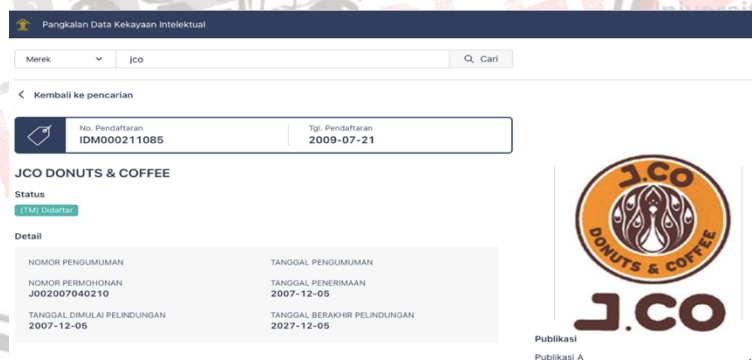
tegas, jadi jika ketentuan dalam Perpres Bahasa tidak mempunyai mekanisme penegakan hukum maka ketentuan tersebut akan sulit diimplementasikan karena para pemohon pendaftaran merek pun tidak peduli pada ketentuan kewajiban tersebut karena tidak memiliki sanksi yang tegas sehingga ketentuan tersebut tidak optimal dipatuhi dan ditegakkan oleh aparat penegak hukum dan masyarakat.¹²¹

a. Merek Berbahasa Asing yang Terdaftar Sebelum Berlakunya Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019

Merek dagang maupun merek jasa yang menggunakan Bahasa Asing banyak dijumpai di Indonesia, dapat dilihat dari *website* resmi Pangkalan Data Kekayaan Intelektual yaitu <https://pdki-indonesia.dgip.go.id>. Sebelum diberlakukannya Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia terdapat berbagai macam merek milik Warga Negara Indonesia atau Badan Hukum Indonesia yang berbahasa asing, beberapa merek dagang dan merek jasa antara lain:

a) Merek dagang "JCO DONUTS & COFFEE"

Gambar 1. 1. Merek dagang berbahasa asing **JCO DONUTS & COFFEE**

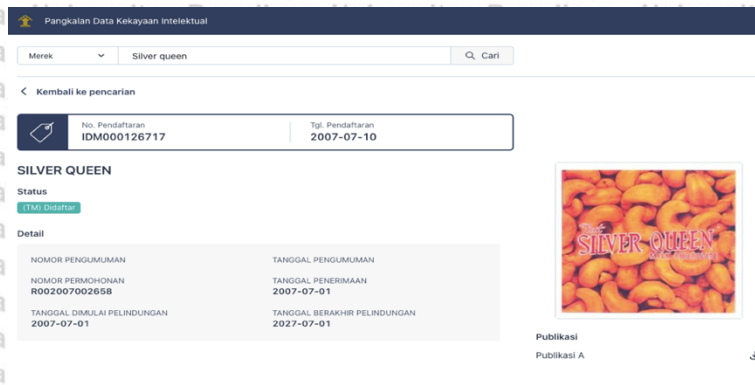


(Sumber: Pangkalan Data Kekayaan Intelektual <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/detail/J002007040210?type=trademark&keyword=jco>)

b) Merek dagang "SILVER QUEEN"

Gambar 1. 2. Merek dagang berbahasa asing **SILVER QUEEN**

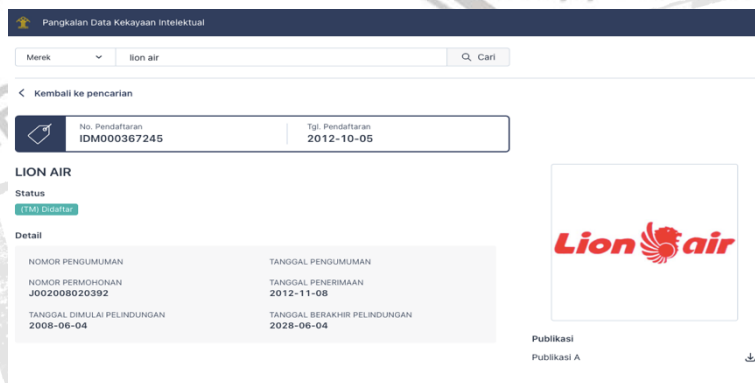
¹²¹ Muh. Alis Masnun, Radhyca Nanda Pratama, Dilla Nurfiana Astanti, *Op Cit*, hlm 404



(Sumber: Pangkalan Data Kekayaan Intelektual <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/detail/R002007002658?type=trademark&keyword=Silver+queen>)

c) Merek Jasa "LION AIR"

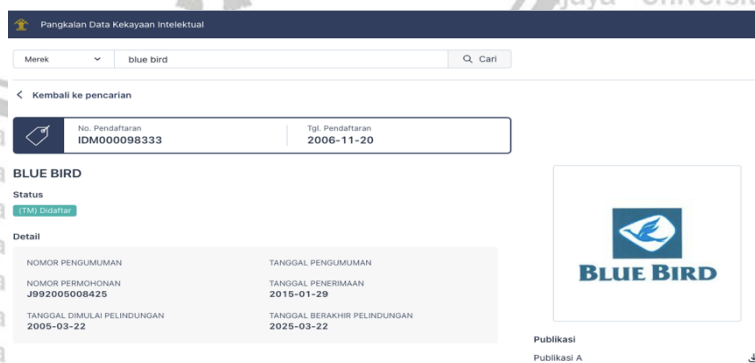
Gambar 1. 3. Merek jasa berbahasa asing LION AIR



(Sumber: Pangkalan Data Kekayaan Intelektual <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/detail/J002008020392?type=trademark&keyword=lion+air>)

d) Merek Jasa "BLUE BIRD"

Gambar 1. 4. Merek jasa berbahasa asing BLUE BIRD



(Sumber: Pangkalan Data Kekayaan Intelektual <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/detail/J992005008425?type=trademark&keyword=blue+bird>)

Selain itu terdapat juga merek berbahasa asing yang telah menembus pasar luar negeri dan pasar dalam negeri sebagaimana diuraikan dalam tabel berikut:¹²²

Tabel 1. 2. Daftar nama merek dari produk dalam negeri dengan menggunakan istilah bahasa asing dan bahasa Indonesia

No.	Sebaran Pemasaran Produk	Nama Merek	
		Bahasa Asing	No. Bahasa Indonesia
1.	Pasar Luar Negeri	Polytron	30. Garuda Indonesia
2.		Extra Joss	31. Kopiko
3.		Aqua	32. Indomie
4.		JCO Donuts and Coffee	33. Teh Botol
5.		Polygon	34. Kapal Api
6.		Bagteria	35. Tolak Angin
7.		Silver Queen	36. Sameru Indonesia
8.		Essanza	37. 77 Es Teler
9.		Good Year	38. Dua Kelinci
10.		Eiger	39. Mustika Ratu
11.		Leas	40. Tolak Angin
12.		Peter Says Denim	
13.	Pasar Dalam Negeri	The Excecutive	
14.		Hammer	
15.		Surfer Girl	
16.		Bucceri	
17.		Bodypack	
18.		Casablaca	
19.		Excelso	
20.		Paseo	
21.		Papa Ron's Pizza	
22.		Jordan Bakery	
23.		Yophie Salon	

¹²² Eka Dian Savitri, Kartika Nuswantara, Siti Zahrok, *Op Cit*, hlm 162.

24.		Sophie Martin		
25.	Pasar Dalam	The Peak Residence		
26.	Negeri	Klaska Residence		
27.	dan/atau	Bellevue Manyar		
28.	Luar Negeri	Cornell Apartment		
29.		Denver Apartment		

(Sumber: Jurnal Sosial Humaniora oleh Eka Dian Savitri, Kartika Nuswantara, Siti Zahrok. Berjudul: Sikap Pilihan Bahasa Pelaku Ekonomi Berdasarkan Tinjauan Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah)

Berdasarkan tabel diatas terdapat 40 (empat puluh) merek dari produk dalam negeri yang dipilih dari berbagai jenis berdasarkan penamaan merek dengan menggunakan istilah bahasa asing dan bahasa Indonesia beserta penyebaran pemasaran produk dari dalam negeri hingga keluar negeri. Pembagian penamaan merek berdasarkan penyebaran pemasaran produk dalam tabel tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- Merek menggunakan bahasa asing yang telah merambah pasar luar negeri terdapat 19 (sembilan belas) merek.
- Merek menggunakan bahasa asing yang ditujukan untuk pasar luar negeri dan pasar dalam negeri terdapat 5 (lima) merek.
- Merek menggunakan bahasa Indonesia yang telah masuk dalam lingkup pemasaran luar negeri terdapat 11 (sebelas) merek.
- Merek menggunakan bahasa asing tetapi belum memasuki pasar luar negeri terdapat 5 (lima) merek.

Dari kumpulan data-data diatas maka dapat dibuktikan bahwa sebelum berlakunya Perpres Bahasa sudah banyak merek yang terdaftar menggunakan bahasa asing milik warga negara Indonesia maupun Badan Hukum Indonesia yang sudah menembus pasar dalam negeri dan luar negeri. Hal tersebut sejalan dengan salah tujuan UU MIG yang tertulis pada konsideran bahwa dibuatnya undang-undang tersebut adalah untuk meningkatkan perkembangan ekonomi. Dengan adanya ketentuan kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia yang diatur dalam Perpres Bahasa maka akan menghalangi tujuan UU MIG tersebut karena membatasi kreativitas dalam penemuan dan pencarian nama merek.

b. Merek Berbahasa Asing yang Terdaftar Setelah Berlakunya Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019

Adapun merek dagang dan/atau merek jasa milik warga negara Indonesia atau Badan Hukum Indonesia yang sudah terdaftar dengan menggunakan bahasa Asing setelah diberlakukannya Perpres Bahasa, hal tersebut dapat dibuktikan dari *website* resmi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual yaitu <https://pdki-indonesia.dgip.go.id> yang diuraikan dalam tabel yang tertera pada Lampiran 1. Dalam tabel tersebut dicantumkan nama merek, nomor pendaftaran, tanggal pendaftaran, kelas, pemilik, dan alamat pemilik. Pada tabel tersebut yang didapatkan dari data pencarian website resmi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual yaitu Pangkalan Data Kekayaan Intelektual Indonesia dengan menerapkan filter tanggal pendaftaran, tanggal pengumuman dan tanggal perlindungan yang diatur sesuai dengan mulai berlakunya Perpres Bahasa yaitu pada tanggal 30 September 2019 sampai dengan 31 Januari 2021 terdapat total 224 (dua ratus dua puluh empat) nama merek milik warga negara Indonesia dan/atau Badan Hukum Indonesia yang terdaftar masih menggunakan bahasa asing dari total 645 nama merek secara keseluruhan.

Mengingat ketentuan Perpres Bahasa yang mengatur mengenai kewajiban penggunaan bahasa Indonesia pada merek dagang dapat disimpulkan bahwa setelah ditetapkannya Perpres Bahasa tersebut masih terdapat merek yang menggunakan bahasa asing. Hal tersebut membuktikan bahwa belum adanya penegakan hukum berupa sanksi yang diatur dalam Perpres Bahasa apabila suatu merek yang didaftarkan tidak menggunakan bahasa Indonesia sehingga masih banyak masyarakat sebagai pemohon tetap mendaftarkan mereknya menggunakan bahasa asing dan DJKI tetap memproses pendaftaran merek dikarenakan tidak adanya sanksi yang diatur dalam pengaturan mengenai kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia dalam Perpres Bahasa.

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari suatu penelitian merupakan hal yang menjelaskan secara singkat poin-poin terpenting yang menggambarkan secara keseluruhan hasil dari suatu penelitian. Adapun hasil data yang didapatkan dari apa yang telah dijabarkan pada bagian pembahasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kesesuaian ketentuan merek dagang dalam UU MIG dan Perpres bahasa, dibagi menjadi 3 (tiga), antara lain:
 - a. Ketentuan dalam pasal 35 Perpres Bahasa tidak sesuai apabila ditinjau dari UU MIG, karena ketentuan pada pasal 35 Perpres Bahasa hanya mengatur kewajiban penggunaan bahasa Indonesia pada merek dagang sedangkan dalam UU MIG mengklasifikasikan merek pada umumnya menjadi 2 (dua) jenis yaitu merek dagang dan merek jasa. Ketentuan kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia yang hanya ditujukan pada merek dagang tersebut, tentu akan menimbulkan kerugian karena adanya pembatasan kreativitas dalam penemuan dan pencarian nama merek khususnya pada merek dagang.
 - b. Ketentuan dalam pasal 35 Perpres Bahasa tidak diatur dalam Perjanjian TRIPS dan apabila dilihat dari prinsip *National Treatment* dan standar minimum pada perjanjian TRIPS, ketentuan pada perpres tersebut merupakan pengaturan yang lebih tinggi seharusnya negara anggota tidak boleh memberikan perlakuan yang mengistimewakan serta menguntungkan terkait perlindungan terhadap produk-produk HKI, jika memberikan perlakuan istimewa kepada warga negara sendiri, maka wajib juga memberikan perlakuan istimewa yang sama kepada warga negara WTO lainnya. Namun dengan adanya ketentuan pasal 35 ayat (2) pada Perpres Bahasa, maka merek yang dimiliki negara lain tetap dapat mendapat perlindungan mereknya di Indonesia dengan tidak harus menggunakan bahasa Indonesia.

- c. Ketentuan dalam pasal 35 Perpres Bahasa tidak sesuai dengan Panduan Penerapan Perangkat Merek karena terdapat ada kategori kekhasan merek yang salah satunya tidak memiliki arti namun tetap dapat dianggap sebagai suatu merek sehingga merek tidak dapat dikubukan. Sehingga kewajiban penggunaan merek berbahasa Indonesia tersebut seharusnya ditiadakan karena menimbulkan adanya hambatan dalam penerapan. Namun jika kewajiban penggunaan merek berbahasa Indonesia tersebut diuji dengan UU MIG maka dapat melihat ketentuan pasal 35 ayat (5) Perpres Bahasa tersebut yang menyebutkan bahwa pencantuman bahasa Indonesia pada merek dagang dilaksanakan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan sehingga jika terjadi konflik diantara kedua peraturan tersebut maka yang berlaku adalah UU MIG.
 - d. Ketentuan dalam pasal 35 Perpres Bahasa tidak sinkron atau tidak harmonisasi dengan UU MIG karena menyebabkan adanya dualisme ketentuan merek sehingga berpengaruh bagi sistem hukum merek di Indonesia. Walaupun Perpres Bahasa merupakan suatu peraturan perundang-undangan tertulis yang memuat norma hukum, mengikat secara umum, dan dibentuk dan ditetapkan oleh lembaga negara atau pejabat yang berwenang melalui prosedur yang ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan, sehingga ketentuan pada pasal 35 Perpres Bahasa tersebut dapat dijadikan dasar absolut ditolaknya suatu merek sesuai dengan ketentuan pasal 20 huruf a UU MIG. Namun, apabila dilihat secara kekhususan pengaturan di Indonesia dengan menerapkan asas *Lex Specialis Derogat Legi Generalis* maka UU MIG dapat mengesampingkan Perpres Bahasa, karena UU MIG lebih lebih spesifik mengatur mengenai batasan dalam merek dibanding dengan Perpres Bahasa. Selain itu asas *Lex Superiori Derogat Legi Inferiori* juga dapat diterapkan karena secara hierarki peraturan perundang-undangan UU MIG lebih tinggi daripada Perpres Bahasa
2. Akibat hukum penggunaan merek yang berbahasa asing setelah diberlakukannya ketentuan pasal 35 Perpres Bahasa akan menyebabkan merek tersebut dapat dihapuskan oleh Menteri atau dapat diajukan gugatan pembatalan merek dengan alasan merek tersebut bertentangan

dengan peraturan perundang-undangan. Namun, karena ketentuan pasal 35 Perpres Bahasa tidak sinkron dan tidak harmonisasi dengan ketentuan pada UU MIG maka untuk memberi kepastian hukum diterapkanlah Asas Lex Specialis dan Lex Superior sehingga keberlakuan pasal 35 tersebut dikesampingkan oleh UU MIG karena UU MIG lebih spesifik mengatur mengenai batasan merek dan lebih tinggi kedudukannya dibanding Perpres Bahasa. Selain itu, keberlakuan Perpres Bahasa tersebut juga membatasi kreativitas dalam penemuan dan pencarian nama merek dan bertentangan dengan tujuan UU MIG dalam konsiderannya dalam hal meningkatkan perkembangan ekonomi dan memberi kepastian hukum di bidang industri. Hal tersebut dapat dibuktikan bahwa sebelum berlakunya Perpres Bahasa sudah ada beberapa merek berbahasa asing milik warga negara Indonesia dan/atau Badan Hukum Indonesia yang sudah terkenal dikalangan masyarakat seperti *JCO DONUTS & COFFEE*, *SILVER QUEEN*, *LION AIR*, dan *BLUE BIRD*. Adapaun dengan total 40 (empat puluh) nama merek yang sudah terdaftar milik warga negara Indonesia dan/atau Badan Hukum Indonesia yang diantaranya 19 (sembilan belas) nama merek menggunakan bahasa asing sudah merambah pasar luar negeri dan 5 (lima) nama merek menggunakan bahasa asing yang ditujukan untuk pasar luar negeri dan dalam negeri. Selain itu, ketentuan dalam Perpres Bahasa tidak memiliki akibat hukum terkait dengan mekanisme penegakan hukum berupa sanksi yang tegas apabila ada merek yang terdaftar tidak menggunakan bahasa Indonesia sehingga ketentuan tersebut tidak optimal dipatuhi dan ditegakkan oleh aparat penegak hukum dan masyarakat. Hal tersebut dapat dibuktikan dari data yang penulis dapatkan dari website resmi Pangkalan Data Kekayaan Intelektual Indonesia bahwa setelah berlakunya Perpres Bahasa yaitu tanggal 30 September 2019 sampai dengan 31 Januari 2021 masih ada dengan total 224 (dua ratus dua puluh empat) nama merek yang sudah terdaftar milik warga negara Indonesia dan/atau Badan Hukum Indonesia yang masih menggunakan bahasa asing dari total 645 nama merek secara keseluruhan.

B. Saran

Sebaiknya pemerintah meniadakan ketentuan pasal 35 Perpres Bahasa karena ketentuan tersebut tidak dapat diberlakukan sebab dengan adanya ketentuan tersebut mempengaruhi sistem hukum merek di Indonesia. Dalam UU MIG tidak mengatur mengenai kewajiban penggunaan bahasa Indonesia dan sudah jelas mengatur lebih spesifik mengenai batasan merek sedangkan pasal 35 Perpres Bahasa hanya mengatur mengenai kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia pada merek dagang dan secara hierarki Perpres Bahasa lebih rendah dibanding UU MIG jadi ketentuan tersebut dapat dikesampingkan oleh UU MIG. Dalam perjanjian TRIPs juga tidak mengatur mengenai kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia tersebut dan menurut prinsip *National Treatment* seharusnya negara anggota tidak boleh memberikan perlakuan yang mengistimewakan serta menguntungkan terkait perlindungan terhadap produk-produk HKI walaupun sudah diatur mengenai pengecualian untuk merek dengan lisensi asing. Selain itu, keberlakuan Perpres Bahasa juga dirasa membatasi kreativitas dalam pencarian dan penemuan nama merek karena hanya terbatas pada kosakata Bahasa Indonesia sedangkan sudah banyak merek berbahasa asing milik warga negara Indonesia atau Badan Hukum Indonesia yang sudah menembus pasar luar negeri dan dalam negeri dimana hal tersebut sejalan dengan salah satu tujuan dibentuknya UU MIG yaitu meningkatkan perkembangan perekonomian lokal regional, nasional, dan internasional.

Namun apabila pemerintah masih ingin memberlakukan ketentuan pasal 35 Perpres Bahasa tersebut, maka sebaiknya pemerintah mempertegas mengenai mekanisme penegakan hukumnya berupa sanksi yang dikenakan apabila mereka yang digunakan tidak menggunakan bahasa Indonesia. Hal tersebut belum diatur dalam Perpres Bahasa sehingga akan sulit pengimplementasiannya karena tidak ada sanksinya sehingga pemohon tidak peduli pada kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ali, Z. (2014). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Soekanto, S. (2007). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press.
- Efendi, Joenadi, & Ibrahim, J. (2019). *Metode Penelitian Hukum: Normatif dan Empiris*. Depok: Prenadamedia Group.
- Fuady, M. (2008). *Pengantar Hukum Bisnis Modern di Era Global*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Susanti, D. O. (2014). *Penelitian Hukum (Legal Research)*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Damian, E. (2002). *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. Bandung: Asian Law Group Pty Ltd, Alumni.
- Diantha, I. M. (2015). *Metode Penelitian Hukum Normatif*. Denpasar: Kencana.
- Jened, R. (2003). *Perlindungan Hak Cipta Pasca Persetujuan TRIPs*. Surabaya: Yudika Press.
- Jened, R. (2015). *Hukum Merek (Trademark Law) dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Mechfoedz, M., & Machfoed, M. (n.d.). *Kewirausahaan: Metode, Manajemen dan Implementasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Kasmir. (n.d.). *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Muthiah, A. (n.d.). *Aspek Hukum Dagang dan Pelaksanaannya di Indonesia*. Yogyakarta: Pustakabaru Press.
- Sembiring, S. (2015). *Hukum Dagang*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Soekardono, R. (1967). *Hukum Dagang Indonesia Jilid I*. Jakarta: Soerengon.
- Tirtamidjaya, M. (1962). *Pokok-Pokok Hukum Perniagaan*. Jakarta: Djambatan.
- Lindsey, T. (2011). *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar Catatan Ke-6*. Bandung: Alumni.
- Lubis, T. M. (2000). *Perselisihan Hak Atas Merek Terkenal di Indonesia*. Yogyakarta: Liberty.
- Djumhana, M., & Djubaedillah, R. (2014). *Hak Milik Intelektual: Sejarah, Teori dan Praktik di Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Firmansyah, H. (2013). *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*. Yogyakarta: Medpress Digital.

Purwaningsih, E. (2010). *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dan Lisensi*. Bandung: Mandar Maju.

Utrecht, E. (1989). *Pengantar dalam Hukum Indonesia*. Jakarta: Sinar Harapan.

Zainal, A. (2012). *Pengantar Tata Hukum Indonesia*. Jakarta: Rajawali Press.

Muhammad, A. (2007). *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Mertokusumo, S. (2006). *Penemuan Hukum (Sebuah Pengantar)*. Yogyakarta: Liberty.

Modeong, S. (2003). *Teknik Perundang-Undangan di Indonesia*. Jakarta: Perca.

Farida, M. (2007). *Ilmu Perundang-Undangan*. Yogyakarta: Kanisius.

Yuliandri. (2011). *Asas-Asas Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan yang Baik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Suharnan. (2005). *Psikologi Kognitif*. Surabaya: PT Srikandi.

Syamsudin, A. (2013). *Proses dan Teknik Penyusunan Undang-Undang*. Jakarta: PT Sinar Grafika.

Syaukanni, I., & Thohari, A. A. (2006). *Dasar-Dasar Politik Hukum*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Rifa'i, A. (2011). *Penemuan Hukum oleh Hakim: Dalam Perspektif Hukum Progresif*. Jakarta: PT Sinar Grafika.

Margono, S. (2011). *Hak Milik Industri: Pengaturan dan Praktik di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Kansil, C. . (2009). *Kamus Istilah Hukum*. Jakarta.

JURNAL

Harahap, N. (2014). Penelitian Kepustakaan. *Jurnal Iqra'*, 8(1).

E, H. (2019, Januari). Mempertahankan Bahasa Indonesia di Era Globalisasi. *Jurnal Universitas Sebelas Maret*.

Rifa'i, R. A. (2019). Peran Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris sebagai Bahasa Ilmu di Era Globalisasi. *Jurnal Universitas Sebelas Maret*.

Daimun. (2013). Pembelajaran Bahasa Indonesia pada Era Globalisasi. *Jurnal Bahasa dan Seni*, 14(1).

Marsudi. (2009, November). Jati Diri Bahasa Indonesia di Era Globalisasi Teknologi Informasi. *Jurnal Sosial Humaniora*, 2(2).

Nugroho, R. W. (2019). Pemanfaatan Penerapan Bahasa Asing Sebagai Penguat Literasi Bahasa. *Jurnal FKIP UNS*.

Setyowati, K., Lubis, E., Anggraeni, E., & Wibowo, M. H. (2015). Hak Kekayaan Intelektual dan Tantangan Implementasinya di Perguruan Tinggi. *Institut Pertanian Bogor Press*.

Idris, K. (n.d.). Membuat Sebuah Merek: Pengantar Merek Untuk Usaha Kecil dan Menengah.

Roisah, K. (2001). Implementasi Perjanjian TRIPs Tentang Perlindungan Hukum Terhadap Hak Atas Merek Terkenal (Asing) di Indonesia. *Tesis Hukum UNDIP*.

Caraen, E. J. (2010). Kepastian Hukum Jaminan Sosial Tenaga Kerja Yang Melakukan Pekerjaan di Luar Hubungan Kerja. *Jurnal Universitas Atma Jaya*.

Murjiyanto, R. (2017, Januari). Konsep Kepemilikan Hak Atas Merek di Indonesia (Studi Pergeseran Sistem "Deklaratif" ke dalam Sistem "Konstitutif"). *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 24(1).

Masnun, M. A., Pratama, R. N., & Astanti, D. N. (2020). Menakar Kewajiban Penggunaan Bahasa Indonesia Pada Merek Dagang. *Jurnal Mimbar Hukum*, 32(3).

Prakoso, A. (2016). Penemuan Hukum: Sistem, Metode, Aliran dan Prosedur dalam Menemukan Hukum. *Repository Universitas Jember*.

Slamet, K. G. (2004, September). Harmonisasi Hukum dalam Perspektif Perundang-Undangan. *Jurnal Hukum*, 27(11).

Wargakusumah, M. H. (1997). Perumusan Harmonisasi Hukum tentang Metodologi Harmonisasi Hukum. *BPHN Departemen Kehakiman*.

Nadeak, N. A. (2019, Januari). Tumpang Tindih Bentuk Tiga Dimensi Dalam Undang-Undang Merek dan Undang-Undang Desain Industri. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 26(1).

Husen, A. (2019). Eksistensi Peraturan Presiden Dalam Sistem Peraturan Perundang-Undangan. *Jurnal Lex Scientia Law Review*, 3(1).

Indrati S, M. F. (2002). Kedudukan dan Materi Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, dan Keputusan Presiden dalam Penyelenggaraan Pemerintah Negara di Republik Indonesia.

Widiadtuti, Y. d. (2015). Perlindungan Hak Ekonomi Terhadap Penggunaan Merek Dalam Perjanjian Waralaba. *Jurnal Law Reform*, 11(2).

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (2019). Modul Kekayaan Intelektual Bidang Merek dan Indikasi Geografis.

Nugroho, S. (2015, Agustus). Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dalam Upaya Pembangunan Ekonomi di Era Pasar Bebas Asean. *Supremasi Hukum: Jurnal Penelitian Hukum*, 24(2).

Fatmawiyati, J. Telaah Kreativitas.

Harjono. (2008). Konstitusi sebagai Rumah Bangsa.

Hidayati, N. (2011). Perlindungan Hukum. *Jurnal Hukum*.

Savitri, E. D., Nuswantara, K., & Zahrok, S. (n.d.). Sikap Pilihan Bahasa Pelaku Ekonomi Berdasarkan Tinjauan Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah. *Jurnal Sosial Humaniora*.

Dharmawan, Ni Ketut S., Wiryawan, W. (2014). Keberadaan dan Implikasi Prinsip MFN dan NT dalam Pengaturan Kekayaan Intelektual di Indonesia. *Jurnal Magister Hukum Udayana*, 6(2).

JURNAL INTERNASIONAL

Kur, A., & Levin, M. (2011). *Intellectual Property Rights in a Fair World Trade System - Proposal for Reforms of TRIPs*. United Kingdom: Edward Edgar Publishing Inc.

Warson, P. S. (2000). *Completing the World Trading System - Proposal for a Millenium Round*. Cambridge: Kluwer Law International.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2011 tentang

Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 63 Tahun 2019 Tentang Penggunaan Bahasa Indonesia

Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (Perjanjian TRIPs)

WEBISTE RESMI

www.kbbi.web.id

www.wipo.int/trademarks/en/

<https://www.dgip.go.id/pengenalan-merek>

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Pangkalan Data Kekayaan Intelektual:

<https://pdki-indonesia.dgip.go.id/index.php/merek>

Riswadi, B. A. *Problematika Ekonomi Kreatif dan Perspektif Kelembagaan Hak Kekayaan Intelektual*. diakses pada tanggal 2 April 20201 pukul 16.53 WIB dari <http://pusathki.uui.ac.id/module/uploads/2016/12/HKI-dan-Ekonomi-Kreatif.pdf>

Wonkdermayu. (2017). *Laporan Penelitian: Perlindungan Hukum Terhadap Pemanfaatan Merek Terkenal*. Retrieved from Wordpress.

Mahendra, A. O. *Harmonisasi Peraturan Perundang-Undangan*. diakses pada tanggal 20 April 20201 pukul 14.03 WIB dari http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=421:harmonisasi-peraturan-perundang-undangan&catid=100:hukum-tata-negaraperundang-undangan&Itemid=180

Simanjuntak, B. (2014, November 19). *Permasalahan Peraturan Perundang-Undangan dan Strategi Mengatasi Permasalahan Tumpang Tindih Peraturan Perundang-Undangan*. (Kemenko Polhukam). diakses pada tanggal 30 April 20201 pukul 14.22 WIB dari <https://komisi-kejaksaan.go.id/permasalahan-perundang-undangan-dan-strategi-mengatasi-permasalahan-tumpang-tindih-peraturan-perundang-undangan/>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel Merek Terdaftar Berbahasa Asing milik Warga Negara Indonesia dan/atau Badan Hukum Indonesia setelah berlakunya Perpres Bahasa

No.	Merek	No. Pendaftar an	Tgl. Pendaft aran	Kel as	Pemilik	Alamat
1.	Milk Life Farm Fresh	IDM000677144	2019-11-06	29	PT. Global Dairi Alami	11th floor DBS Tower Ciputra World One, Jl. Prof DR. Satrio Kav 3-5, Jakarta 12940, Indonesia
2.	EV ELECTROVOICE	IDM000796912	2020-08-11	9	Melinda Olivia	Citra 2 EXT Blok BH-5 No. 2, RT.009/RW.008, Kel. Pegadungan, Kec. Kalideres
3.	Hospitality with Impact	IDM000798824	2020-08-19	36	PT Plataran Indonesia Nusantara	Jl Wijaya XIII No. 45, Melawai Kebayoran Baru, Jakarta Selatan DKI Jakarta
4.	Pidari Coffee Lounge	IDM000798889	2020-08-19	41	PT Plataran Indonesia Nusantara	Jl. Wijaya XIII No. 45, Melawai Kebayoran Baru, Jakarta Selatan DKI Jakarta
5.	Khatulistiwa Deck by Plataran	IDM000798815	2020-08-19	43	PT Plataran Indonesia Nusantara	Jl. Wijaya XIII No. 45, Melawai Kebayoran Baru, Jakarta Selatan DKI Jakarta
6.	Majapahit Tribute Park	IDM000798818	2020-08-19	41	PT Plataran Indonesia Nusantara	Jl. Wijaya XIII No. 45, Melawai Kebayoran Baru, Jakarta

						Selatan DKI Jakarta
7.	Plataran Pet Playground	IDM00079 8837	2020-08-19	44	PT Plataran Indonesia Nusantara	Jl. Wijaya XIII No. 45, Melawai Kebayoran Baru, Jakarta Selatan DKI Jakarta
8.	Melati Glass House by Plataran	IDM00079 8778	2020-08-19	41	PT Plataran Indonesia Nusantara	Jl. Wijaya XIII No. 45, Melawai Kebayoran Baru, Jakarta Selatan DKI Jakarta
9.	Putri Dewi Ampitheatre by Plataran	IDM00079 8808	2020-08-19	43	PT Plataran Indonesia Nusantara	Jl. Wijaya XIII No. 45, Melawai Kebayoran Baru, Jakarta Selatan DKI Jakarta
10.	Braceli	IDM00079 9324	2020-08-24	25	Ari Wilready	Jl. Semangka Raya No. 26 A, Rt. 008 Rw. 006, Kel. Jatipulo, Kec. Palmerah, Jakarta Barat
11.	BIGNET	IDM00079 9594	2020-08-31	38	PT. Bis Data Indonesia	Jl. Balikpapan Raya No. 32B Lt. 2 Kelurahan Petojo Utara,
12.	TWINS SUPER MASTER	IDM00079 9709	2020-09-04	11	Sandi Hakim	Jl. H. Samanhudi No. 42 RT. 004 RW. 002, Kelurahan Pasar Baru, 10710
13.	ARMOR	IDM00080 2096	2020-09-16	7	Lim Tjing Giok	Muara Karang Blok P4 S/28, Pluit, Penjaringan
12.	TIGERFLUID S	IDM00080 2363	2020-09-17	1	PT INTERNATI ONAL DRILLING	Plaza Niaga I Blok C No. 7, Sentul City, RT 003 RW 005,

					AND EXPLORATI ON SUPPLY SERVICES INDONESIA A	Citaringgul Babakan Madang Bogor
13.	REMAX-LIFE	IDM00080 5462	2020- 09-28	11	PT BRILLIANT INTERNATI ONAL DISTRIBUS I	Pluit Karang Cantik Blok T3 Selatan No. 8
14.	TURBOVOIC E	IDM00080 6943	2020- 10-13	9	JOHAN CHANDRA	Citra 2 EXT Blok BH-5 No. 2, RT.009 RW.008, Kel. Pegadungan, Kec. Kalideres, Jakarta Barat
15.	HOCK MOTORCYCL E PARTS	IDM00080 7364	2020- 10-14	1	Ridwan	Jl. Toniwen No. 103, RT/RW. 002/001, Kelurahan Bintang, Kecamatan Rangkui
16.	BINTANG FLOAT GLASS	IDM00080 7363	2020- 10-14	19	PT BINTANG JINJING GLASS	Sahid Sudirman Centre 56 th Fl, Jl. Jendral Sudirman Kav. 86
17.	GOENTO	IDM00080 7368	2020- 10-14	32	La Ode Mulia	Desa Liwumetingki
18.	MUSTIKA WATER	IDM00080 7369	2020- 10-14	32	La Nadi	Kelurahan Labarunci
19.	WEBEHOLIC	IDM00080 7348	2020- 10-14	25	Sugiman Liauw	KAV. POLRI BLOK. F 6/1539 RT/RW 007/002 KEL. JELAMBAR KEC. GROGOL PETAMBURAN
20.	Takokak Win's Tea	IDM00080 7346	2020- 10-14	30	PT HARMONI NIRWANA LESTARI	Desa Bungbangsari, Bungbangsari, Takokak, Cianjur, Indonesia.

21.	Kendi Mineral Water	IDM000807362	2020-10-14	32	PT PIBOXY MINERAL INDONESIA	Plaza Harmoni f 2-4, Jl. Suryo Pranoto No. 2
22.	KALLOLO APPAREL	IDM000808529	2020-10-19	25	Afriani	Apt. Casablanca Mansion Lt. 15 No. 21, RT/RW 009/005, Kel. Menteng Dalam, Kec. Tebet
23.	SaySe'i	IDM000808916	2020-10-20	43	Maria Caecilia Stevi Harman	Jalan Haji Sijan No. 99, Lebak Bulus, Jakarta Selatan, Kota Administrasi Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12440
24.	Parlezo	IDM000808924	2020-10-20	43	Maria Caecilia Stevi Harman	Jalan Haji Sijan No. 99, Lebak Bulus, Jakarta Selatan, Kota Administrasi Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12440
25.	PATRIOT	IDM000808960	2020-10-20	10	PT ALAT KESEHATAN INDAH JAYA	Kampung Ciapus No. 48, RT 19 RW 08, Desa Sukamulya, Kec. Cikupa
26.	HIDRODIO	IDM000809664	2020-10-22	9	CV GLOBAL AUTO SERAYA	Jl. Gading Kira Timur Blok H. 13 No. 25, RT 002 RW 008, Kel. Kepala Gading Barat, Kec. Kelapa Gading, Jakarta Utara
27.	DRAWER LOCK 808	IDM000810360	2020-10-24	6	Kartono Chendra Tong	Jl. Palangkaraya No. 64/81,

28.	Montalin	IDM00081 0458	2020- 10-26	5	Harris Pratama	Kel. Pasar Baru, Kec. Medan Kota Jl. Pedongkelan RT. 003 RW. 009, Kel. Cilincing, Kec. Cilincing, Jakarta Utara, DKI Jakarta
29.	ATMOS FACE YOURSELF	IDM00081 0506	2020- 10-27	3	PT. PARAGON TECHNOLO GI AND INNOVATI ON	Jl. Ciledug Raya No. 10, RT/RW 018/003, Ulujami, Pesanggrahan
30.	Everglow House of Beauty	IDM00081 0677	2020- 11-02	35	PT Talenta Utama Gemilang	Jalan Anggur I No.19, Cipete Selatan, RT/RW. 012/006, Cilandak
31.	Besracka	IDM00081 0672	2020- 11-02	11	PT PUTRA MITRA GEMILANG	Jl. Raya I Gusti Ngurah Rai Kav. A1 No. 12 Lt. 2, Kel. Gunung Anyar, Kec. Gunung Anyar
32.	BATTMOTO	IDM00081 0711	2020- 11-03	9	Ali Hartono	Jl. Puri Kencana Blok J 3/42, RT. 006 RW. 002, Kel. Kembangan Selatan, Kec. Kembangan, Jakarta Barat, DKI Jakarta
33.	VOLTABATT	IDM00081 0712	2020- 11-03	9	Ali Hartono	Jl. Puri Kencana Blok J3/42, RT. 006, RW. 002, Kel. Kembangan Selatan, Kec. Kembangan
34.	ACE	IDM00081 0734	2020- 11-04	11	Hadi Gunawan	Jl. Camar Indah 5 No. 1

35.	KUNGFUPOT	IDM000810806	2020-11-05	43	Tjhai Leonardi	RT 006/006, Pantai Indah Kapuk, 14460 Krendang Selatan Rt 001 Rw 006, Kel. Krendang, Kec. Tambora
36.	THE ZHM PREMIERE	IDM000810947	2020-11-06	43	PT ZURI HOTEL MANAJEMEN	Jl. Mangga Dua Dalam No. 55-56
37.	ANGEL DE NATURE	IDM000811027	2020-11-09	5	Suwardi Sutandi	Jl. Kano Indah I Blok U 3/9 No. 20, Rt. 010, Rw. 007, Kel. Kapuk Muara, Kec. Penjaringan, Jakarta Utara
38.	INNOLIN	IDM000811024	2020-11-09	29	PT INNO-WANGSA OILS & FATS	Jalan MG Manarung No. 12
39.	LIANHUA QINGWEN JIAONANG	IDM000810984	2020-11-09	5	Adolf Heindrik Ruff	KP. GUNUNG GEULIS, RT.003 RW.001, KEL.GUNUNG GEULIS, KEC.SUKARAJA, KAB. BOGOR, JAWA BARAT
40.	RICH SUSHI	IDM000811049	2020-11-10	43	PT RICH KAYA PERKASA	Dusun Ceningan Kawan Desa Lembongan, Kec. Nusa Penida, Kabupaten Klungkung, Provins
41.	BE A GOOD COP	IDM000811321	2020-11-16	16	Ade Ary Syam Indriani, S.H., S.IK	Komplek Polri Batu Ceper No. 19, Jl. Daan Mogot Km. 21, Rt. 006, Rw. 003, Kel. Batu

						Ceper, Kec. Batu Ceper
42.	THE CANNING	IDM00081 1416	2020- 11-18	30	Wahyu	Jl. RH. Hasan Saputra Raya No. 4 RT. 002 RW. 002 Kel. Turangga, Kec. Lengkong
43.	BIG SCOTCH TWILL STRECTH COMBED DIAMOND CARBON PEACH	IDM00081 1415	2020- 11-18	24	Bobby Santoso	Kyai Panjang 3 RT. 001, RW. 005, Kel. Panjang, Kec. Magelang Tengah
44.	RACE IT	IDM00081 1582	2020- 11-20	9	Ali Hartono	Jl. Puri Kencana Blok J3/42, RT. 006, RW. 002, Kel. Kembangan Selatan, Kec. Kembangan
45.	OFFICE COFFEE	IDM00081 1774	2020- 11-26	43	Ardy Maulana	Jl. Haryono MT. NO. 35 GG. Rahmah, RT. 005 RW. 001, Kelurahan Kertak baru Iilir, Kecamatan Banjarmasin Tengah
46.	Maxwuzzza1 9 Performance	IDM00081 1771	2020- 11-26	7	Puguh Wijayanto	Babakan RT 20 RW 06, Kalimanan
47.	OMNIA	IDM00081 1898	2020- 11-27	43	Tjoa Tjandra Wangsa N	Komp. Carina Sayang I Blok. IV/6 Rt.016 Rw.008, Kel. Penjaringan, Kec. Penjaringan
48.	DING. COFFEETRU CK	IDM00081 1931	2020- 11-27	43	Muhammad Gading Pamungkas	Jl. Cakra Buana No. 3, Singgasana Pradana Rt.06 Rw.03 Kel. Cibaduyut

						Wetan, Kec. Bojongloa Kidul
49.	Herbaclean	IDM00081 1889	2020- 11-27	5	Tomy Hartanto	Purwareja, RT/RW: 001/009, Kel. Purwareja, Kec. Purwareja Klampok
50.	UNIFIT LAND	IDM00081 1929	2020- 11-27	37	Sandriyant o	Taman Permata D8 No. 12, Lippo Karawaci Binong Curug Tangerang
51.	BABY PALACE	IDM00081 2116	2020- 11-30	25	Herman Hadiwidjaja Putra S	Duta Indah Squer II, Blok E/8, RT. 006 RW. 009, Kel. Penjagalan, Kec. Penjaringan, Jakarta Utara, DKI Jakarta
52.	BABY KINGDOM	IDM00081 2115	2020- 11-30	25	Herman Hadiwidjaja Putra S	Duta Indah Squer II, Blok E/8, RT. 006 RW. 009, Kel. Penjagalan, Kec. Penjaringan, Jakarta Utara, DKI Jakarta
53.	RIVA BROWN	IDM00081 2093	2020- 11-30	19	PT PRIMARIN DO ARGATILE	Jl. Raya Jakarta- Serang KM.68, Desa/Kel. Nambo Ilir, Kec. Kibin, Serang, Banten
54.	JOYLAB	IDM00081 2175	2020- 12-01	35	PT PUNCAK MASA KEEMASAN INDONESIA	Rukan Permata Senayan Blok D 28-29, Jl. Tentara Pelajar, RT/RW: 009/007

						Grogol Utara, Kebayoran Lama, Kota Administrasi Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12210
55.	BYOUT BY NISA	IDM00081 3045	2020- 12-06	3	Nyimas Mauliddya Haqkin	Pd. Maharta Blok A. 4/4, RT/RW: 019/010, Kel. Pondok Kacang Timur, Kec. Pondok Aren
56.	Velox lubricant	IDM00081 3324	2020- 12-07	4	PT BERKAT TEKNIK UTAMA	Jl. Kebon Kacang Raya No. 25. Kel. Kebon Kacang, Kec. Tanah Abang, Kota Administrasi Jakarta Pusat, 10240, DKI Jakarta
57.	URBAN CENTRAL	IDM00081 3356	2020- 12-07	35	Nugroho Setiadharm a	Jl. Batanghari No. 5, Kel. Cideng, Kec. Gambir
56.	CUT N FLEX	IDM00081 3354	2020- 12-07	44	Ryan Andrianto	Jl. KLP Cengkir Raya TO 1/4, RT. 006 RW. 015, Kel. Kelapa Gading Timur, Kec. Kelapa Gading, Jakarta Utara
57.	FIT WITH REALFOOD ROYAL WELLNESS	IDM00081 3702	2020- 12-08	32	PT REALFOOD WINTA ASIA	Lettu Suyitno No. 89-A Kalirejo
58.	AL-GHINNA	IDM00081 4962	2020- 12-14	25	Maryam	Jl. Sugihwaras Gg. 10 No. 5, Kel. Sugihwaras, Kec. Pekalongan Timur

59.	S Kretek Cigarette	IDM00081 4863	2020- 12-14	34	PT Bentoel Prima	Jalan Raya Karanglo Lt. 1, Ds. Banjararum, Kec. Singosari, Kab. Malang, Jawa Timur
60.	Commodore Filter	IDM00081 4866	2020- 12-14	34	PT Bentoel Prima	Jalan Raya Karanglo Lt. 1, Ds. Banjararum, Kec. Singosari, Kab. Malang, Jawa Timur
61.	COUNTRY International	IDM00081 4868	2020- 12-14	34	PT Bentoel Prima	Jalan Raya Karanglo Lt. 1, Ds. Banjararum, Kec. Singosari, Kab. Malang, Jawa Timur
62.	Solo	IDM00081 4876	2020- 12-14	34	PT Bentoel Prima	Jalan Raya Karanglo Lt. 1, Ds. Banjararum, Kec. Singosari, Kab. Malang, Jawa Timur
63.	Sobat Cigarette Kretek Filter	IDM00081 4870	2020- 12-14	34	PT Bentoel Prima	Jalan Raya Karanglo Lt. 1, Ds. Banjararum, Kec. Singosari, Kab. Malang, Jawa Timur
64.	LIKE	IDM00081 5112	2020- 12-15	30	Edyson	Komplek Mekarsari Permai, Jl. Kutitang Blok Z4 No. 2, Mekarsari
65.	BOSS COCO	IDM00081 5129	2020- 12-15	29	Tanu Dewi Susanti	Kramat Jati RT. 001, RW. 010, Kelurahan Kramat Jati, Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur, DKI Jkaarta

66.	ACEPRESSO	IDM00081 7202	2020- 12-23	7	Rusfly Wongso	Jl. P. Jayakarta No. 78, RT. 013, RW. 010, Kel. Mangga Dua Selatan, Kec. Sawah Besar, Jakarta Pusat, DKI Jakarta
67.	ONESIA	IDM00081 5054	2020- 12-15	9	PT ONESIA NUSANTAR A EVOLUSIO NER	Gedung CoHive 101 Lantai 9 Ruang 33, Kawasan Mega Kuningan, Lot E.4-7, Jl. DR. Ide Anak Agung Gde Agung No. 1, RT/RW. 00/00, Kel. Kuningan Timur, Kec. Setia Budi
68.	CYPERKILLE R 25 WP	IDM00081 6143	2020- 12-18	5	CV UNI ARGO CHEMICA	Jl. Raya Tambak Langon No. 22/A-I, RT. 001, RW 001, Tambak, Langon, Asemrowo
69.	CYPERKILLE R 40 WP	IDM00081 6145	2020- 12-18	5	CV UNI ARGO CHEMICA	Jl. Raya Tambak Langon No. 22/A-I, RT. 001, RW 001, Tambak, Langon, Asemrowo
70.	LOVOV	IDM00081 5984	2020- 12-18	8	WU BO	Komp Lodan Center Blok L/5, Rt. 00 1 Rw. 001, Kel. Ancol. Kec. Pademangan
71.	CURCUMA FORCE	IDM00081 6159	2020- 12-18	5	PT SOHO INDUSTRI PHARMASI	Jl. Pulogadung No. 6 Kawasan



						Industri Pulogadung 13950
						Jalan Pertahanan 1 No. 7, Kel. Timbang Deli, Kota Medan, Sumatera Utara
72.	DELUX COCONUT BISCUIT	IDM00081 6450	2020- 12-21	30	PT. ASIA SAKTI WAHID FOODS MANUFACT URE	
73.	LADYSART	IDM00081 7029	2020- 12-23	25	Ir. Zainur Ikhwan	JL ISA N.39 RT/RW. 005/005. KELURAHAN SUKABUMI UTARA KECAMATAN KEBON JERUK
74.	Nadifa Beauty Care	IDM00081 7567	2020- 12-28	44	Hariza Nur Fitri	Kp. Selaawi RT. 017 RW. 004, Kel. Warnasari
75.	Monde Bay Residence	IDM00081 8054	2020- 12-30	37	Eko Saputro Wijaya	Komp. Central Boulevard No. 11
76.	The Monde Signature	IDM00081 8053	2020- 12-30	37	Eko Saputro Wijaya	Komp. Central Boulevard No. 11
77.	De Monde Junction	IDM00081 8051	2020- 12-30	37	Eko Saputro Wijaya	Komp. Central Boulevard No. 11
78.	EAST SIDE	IDM00081 7774	2020- 12-30	25	Muhammad Syukron	Dk. Pakisputih Rt. 002 Rw. 005, Kel. Pakisputih, Kec. Kedungwuni
79.	MRJITU	IDM00081 7794	2020- 12-30	5	PT AGRO DYNAMICS INDO	Kompleks Medan Star Industri Estate, Jl. Pelita Raya I Blok F No. 20, Tanjung Morawa, Kab. Deli Serdang, Sumatera Utara

80.	Mr.QUAT	IDM00081 7800	2020- 12-30	5	PT AGRO DYNAMICS INDO	Kompleks Medan Star Industri Estate, Jl. Pelita Raya I Blok F No. 20, Tanjung Morawa, Kab. Deli Serdang, Sumatera Utara
81.	GOTA MINIMARKET	IDM00081 7806	2020- 12-30	35	David Darmawan	Satelit Utara 3 / ET-21, RT. 009 RW. 003, Tanjungsari, Sukomanunggal, Kota Surabaya, Jawa Timur, 60187
82.	GOTA MALL	IDM00081 7805	2020- 12-30	35	David Darmawan	Satelit Utara 3 / ET-21, RT. 009 RW. 003, Tanjungsari, Sukomanunggal, Kota Surabaya, Jawa Timur, 60187
83.	Tempo Gelato	IDM00081 8063	2020- 12-31	43	Ema Susmiyarti	Saman, RT. 002, Kel. Bangunharjo, Kec. Sewon Bantul, Kab. Bantul, DI Yogyakarta, 55187
84.	il TEMPO del GELATO	IDM00081 8064	2020- 12-31	43	Ema Susmiyarti	Saman, RT. 002, Kel. Bangunharjo, Kec. Sewon Bantul, Kab. Bantul, DI Yogyakarta, 55187
85.	BIG BULL	IDM00081 8334	2021- 01-04	25	Muhammad Hidayat	Cempaka Putih Tengah 27 B / 11 A, Kel. Cempaka Putih, Kec.

						Cempaka Putih
86.	BIG BULLS	IDM000818335	2021-01-04	25	Muhammad Hidayat	Cempaka Putih Tengah 27 B / 11 A, Kel. Cempaka Putih, Kec. Cempaka Putih
87.	D FLASH	IDM000819153	2021-01-07	9	PT. MARDOKHA R CATUR TUNGGAL GAYA	Perkantoran Kencana Niaga, Jl. Taman Aries Blok D1 No. 1 C, Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11620
88.	ASIA PULP & PAPER	IDM000819664	2021-01-08	16	PT. PURINUSA EKAPERSA DA	Sinarmas Land Tower 2, Lt. 7, Jl. MH. Thamrin No. 51, Jakarta Pusat, DKI Jakarta, 10350
89.	AESTHETIC JAKARTA	IDM000820220	2021-01-11	9	Christensen Mario Frans	Taman Ratu Indah Blok BB 2/17, Kel. Kedoya Utara, Kec. Kebon Jeruk, Taman Ratu Indah
90.	winonesia	IDM000820267	2021-01-12	30	Iwan Juni	Jalan Raya Takengon - Bireuen No. 48, Simpang Teritit, Kecamatan Wih Pesam
91.	arabiker	IDM000820270	2021-01-12	30	Yenni Fahriya	Kampung Simpang Teritit, Kecamatan Wih Pesam
92.	Coffee.ind	IDM000820263	2021-01-12	30	Ikhsanul Huda	Gampong Geulumpang Payong, Kecamatan Jeumpa
93.	GABALA	IDM000820513	2021-01-12	30	Aulia Rahman	Simpang Utama, Jalan

						Terminal, Lr. Cendrawasi
94.	GUNTER Coffee	IDM00082 0511	2021- 01-12	30	Nawarlis	Uning Teritit, Kecamatan Bukit
95.	Jingki Roda Coffee	IDM00082 0515	2021- 01-12	30	Teri Enda Wahyuni	Jalan Pondok Gajah, Kampung Hakim Wih Ilang, Kecamatan Bandar
96.	Nugget Mama Rais	IDM00082 0526	2021- 01-12	29	Jeliati	Dusun D Keluarahan Uteunkot
97.	MANGAT BEE	IDM00082 0375	2021- 01-12	3	Agus Zamizar Keusuma	Gampong Meunasah Cibrek Kelurahan Meunasah Cibrek Kecamatan Syamtalira Bayu
98.	TOSCO COFFEE	IDM00082 0381	2021- 01-12	30	Asri Win Gayo	Simpang Teritit
99.	ChoCoTea	IDM00082 0368	2021- 01-12	30	Azhar, S.E.	Dusun Bahagia Desa Lhok Awe Awe
100.	Cietah Food	IDM00082 0355	2021- 01-12	29	CV Cietah Danieal Group	Jalan Akin Padang Dusun Gapa, Desa/kampon g Penanggalan Barat.
101.	J-MEN	IDM00082 0276	2021- 01-12	5	CV PUTRI TANI	Jalan Al Iklas Lamteumen Timur
102.	TETAF PARAM OIL	IDM00082 0348	2021- 01-12	5	CV PUTRI TANI	Jalan Al Iklas Lamteumen Timur
103.	SWIPR	IDM00082 0288	2021- 01-12	32	Abdul Rohim	Jl. Cendana GG 6 No. 13, RT. 008, Kel. Karang Anyar, Kec. Sungai, Kunjang, Kota Samarinda,

						Kalimantan Timur
104.	BEYDARA	IDM000820273	2021-01-12	5	CV PUTRI TANI	Jalan Al Iklas Lamteumen Timur
105.	K Ross	IDM000820359	2021-01-12	3	Rizal Mahmuddin	Dusun Tgk Diteungoh Kelurahan Seuneubok Aceh
106.	RETAGAYO ARABICA COFFEE	IDM000820885	2021-01-13	30	Putra Junrafico	Jalan Lut Tawar Lorong Tangsi Gang Ujung Kute Kampung Pasar Pagi Lama Kelurahan Takengon Timur
107.	MERADOR COFFEE	IDM000820887	2021-01-13	30	Mukhlis Amin	Jalan Soekarno - Hatta (Bunderan Kendi) Kampung Kebet, Kec. Bebesen
108.	KINGCHEEZ	IDM000820862	2021-01-13	29	PT SURYA MITRA UTAMA	Kawasan Industri Cikawao (KIC) Blok F No.3 Rt.011 Rw.003 Cisalada Jatiluhur Kabupaten Purwakarta
109.	MERABATA COFFEE	IDM000820879	2021-01-13	30	Mustafa Kamal	Jalan Pengulu Gayo, Lembah Burbama, Kecamatan Bebesen
110.	BOSE	IDM000820729	2021-01-13	11	Lie Fen Chun	Jl. Thalib II No. 9 RT. 012 RW. 005, Kel. Krukut
111.	ARGT COFFEE	IDM000820880	2021-01-13	30	Ara Siberani	Jalan Lebe Kader No. 206
112.	ONEPUS	IDM000820881	2021-01-13	30	Hasanudin	Jalan Pertamina No.

						35 Kampung Lembah Burbana
11 3.	REBBE COFFEE	IDM00082 0882	2021- 01-13	30	Iwan Aramiko	Jalan Keramat Mupakat Sp. IV Bebesan No. 61
11 4.	ELITTE COFFEE	IDM00082 0884	2021- 01-13	30	Zuryanur	Jalan Sengeda No. 160 Kampung Takengon Timur, Kecamatan Lut Tawar
11 5.	HELL	IDM00082 0864	2021- 01-13	12	Suryadi	Jl. Kebon Jeruk III No. 44.A, RT.001 RW.006, Kel. Maphar, Kec. Taman Sari, Jakarta Barat
11 6.	FARMGUARD	IDM00082 0630	2021- 01-13	7	PT. REJEKI INDO AGROTEC	Jl. P. Karimun Kim II Kom. Medan Mas Karimun Blk. B-23, Saentis, Percut Sei Tuan, 20371
11 7.	primecandle	IDM00082 0625	2021- 01-13	4	Tan Gunawan Sutanto	Jl. Kunir No. 19, RT. 001 RW. 011, Kel. Krembangan Selatan, Kec. Krembangan, Surabaya
11 8.	AA PLAST	IDM00082 0795	2021- 01-13	21	PT. Agrimitra Utama Persada	Jl. Klenteng No. 315 RT 001 RW 004 Kampung Pondok
11 9.	CHICKMART	IDM00082 1100	2021- 01-14	29	Rona Budianto	Dusun Jati Roto RT 024 RW 012 Desa Jatidatar Mataram
12 0.	Way Krui	IDM00082 1097	2021- 01-14	32	PT PERSEROD A KRUI SUKSES MANDIRI	Jalan Fatmawati Soekarno Pekon Serai

12 1.	ANNO BAKERY	IDM00082 0983	2021- 01-14	30	Risma Setyaningrum	Jl. Yudhistira I No.10, RT02/RW08, Dukuh Sidomukti, Salatiga
12 2.	CINOSTICK	IDM00082 0823	2021- 01-13	1	Saifudin	Jl. H. Danyong No 5, RT. 001, RW. 007, Kel. Cilandak Timur Kecamatan Pasar Minggu
12 3.	Family Jaya	IDM00082 1104	2021- 01-14	30	Rico Aditia Putra Vendi	Jl. Alamsyah RPN No. 38 RT. 035 RW. 006 Kel. Metro, Kec. Metro Pusat
12 4.	FROZEN ICE	IDM00082 1026	2021- 01-14	29	Alexander Angga Harmawan	Jl. Letjen Pol. R. Soemarto Blok C.5 Rt 003/05 Purwanegara Kec. Purwokerto Utara Banyumas
12 5.	K'POG CHIPS	IDM00082 1017	2021- 01-14	29	Puradio Sasono	PURWOSARI RT 004/004 BATURADEN BANYUMAS
12 6.	HEY! JEM'S	IDM00082 1130	2021- 01-14	25	Ismail	Kp. Kipahit Timur RT 10/RW 20, Kel. Leuwih Gajah, Kec. Cimahi Selatan
12 7.	eltone	IDM00082 1075	2021- 01-14	3	PT DWI GENDING GEMILANG	Jl. Komp Sukarmi Indah Blok D3 No. 7
12 8.	ACQUA GEL STAIN	IDM00082 0900	2021- 01-14	2	PT INDOCIPTA WISESA	Kawasan Industri Candi Jl. Gatot Subroto Blok 19 Kav 9-10 Ngaliyan, 50181
12 9.	TRIVERM BEAUTY CARE	IDM00082 1131	2021- 01-14	3	Dr. Trisye Islamiati	Perum Graha Persada Blok G78

						Rt.064/Rw.017 Kel. Sindangkasih Kec. Sindangkasih Kabupaten Ciamis
130.	EXXENT LIGHTING	IDM000820922	2021-01-14	11	PT ASA KARSA SEJAHTER A INSANI	Graha Melasti Blok ED3 No. 5, RT. 013 RW. 014, Desa Sumberjaya, Kec. Tambun Selatan, Kab. Bekasi, Jawa Barat, 17510
131.	SOFCARE	IDM000820904	2021-01-14	5	Liem Wie Tjen	Jl. Pandean Lamper I/9, RT.07 RW.08, Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Selatan, Kota Semarang, 50242
132.	BESTACLOT H CROCHET	IDM000820938	2021-01-14	26	Sekar Datri Mustikaningtyas	Jatirejo RT. 08 / RW.03, Desa Beji, Kec. Tulung, 57482
133.	R NIE FLOWERCRAFT	IDM000820936	2021-01-14	26	Erni Porwaningsih	Keden RT 01/ RW 10, Gumulan, Kec. Klaten Tengah, 57417
134.	METEOR	IDM000820949	2021-01-14	30	Irawan Sudjono	Citra Sun Garden Emerald Hill Road Blok D-57, Ngesrep, Banyumanik, 50261
135.	CHATRIN	IDM000820951	2021-01-14	30	Irawan Sudjono	Citra Sun Garden Emerald Hill Road Blok D-57, Ngesrep, Banyumanik, 50261

136.	RATRY DESIGN	IDM00082 1108	2021- 01-14	14	Ratry Indah Istiyono	Jl. Biak No. 14 RT/RW 03/10 Kel. Antapani Kidul
137.	RENASTY	IDM00082 1109	2021- 01-14	25	Lina Andriana S	Jl. Ibrahim Aji Gang. H Subki RT/RW 06/02 No. 227, Kel. Margasari
138.	BELTONE	IDM00082 0909	2021- 01-14	25	Demmy Aria Sutjipto	Jl. Cilosari No.564 RT.01 RW.02 Bugangan Semarang, 50126
139.	DENMAN	IDM00082 0912	2021- 01-14	25	Demmy Aria Sutjipto	Jl. Cilosari No.564 RT.01 RW.02 Bugangan Semarang, 50126
140.	KamiraNafii Cake Bandung	IDM00082 1134	2021- 01-14	30	Hj. Mira Nurahaya, S.Sos	Jl. RanduSari VI No, 3c, Kel. Antapani Kidul, Kec. Antapani
141.	ZERO ONE	IDM00082 0954	2021- 01-14	16	Muh Lazim	Lingk Getas RT 003 RW 001, Kel. Purworejo, Kabupaten Temanggung, 56227
142.	Doc h	IDM00082 1137	2021- 01-14	3	dr. Helmy Fauzan Ifklah	Jl. H. Bakri No.149 Rt.02 Rw.01 Kel. Cilimus Kec. Cilimus
143.	Han 'N' Ros	IDM00082 1042	2021- 01-14	34	Siswanto	Desa Teluk Wetan RT 004 RW 001 Welahan Jepara
144.	INDEED	IDM00082 0910	2021- 01-14	25	WIjani	Dagen RT. 004/RW/ 011, Kel/Desa Dagen
145.	YONGME	IDM00082 0937	2021- 01-14	25	Wijani	Dagen RT. 004/RW/ 011,

						Kel/Desa Dagen
146.	Vegasa	IDM000820939	2021-01-14	25	Wijani	Dagen RT. 004/RW/ 011, Kel/Desa Dagen
147.	UNO Snack	IDM000820948	2021-01-14	29	Wulan Catur Septiyani	Jl. Argowiyoto No. 5, RT05/RW02, Ngaglik Ledok, Kec. Argomulyo Salatiga
148.	SAN TILE	IDM000821139	2021-01-14	21	PT. SURYA ANUGERAH NUSANTAR A	Jl. KH.Wahid Hasyim (Jl.Kopo) No.12 A Kel. Panjunan Kec. Astanaanyar
149.	BANTAL HANY SWEETY	IDM000821010	2021-01-14	28	Martina	Gamol Rt 03/06 Kelurahan Kecandran Kec. Sidomukti Salatiga
150.	My Rosemary	IDM000821006	2021-01-14	14	Rosalia Yuli Setiani	Villa Griya Intara, Rt 03/08, Dk. Tegalsari, Kelurahan Mangunharjo
151.	malish	IDM000820982	2021-01-14	25	Eny Rahmawati	Perum Star Regency K-8 Genggong Sidorejo Kidul Salatiga
152.	LONG STOP	IDM000821692	2021-01-15	1	CV Eureka Indonesia	Jl. Pnade 46 Kel. Junrejo Kec. Junrejo
153.	DINIFOODY	IDM000821257	2021-01-15	30	Aprilia Andini	Jl. Dsn. Rowo RT. 13 RW. 05 Desa Konser Kidul, Kec Tenggara
154.	SION Cookies and Cakes	IDM000821286	2021-01-15	30	Tjhin Angiu	Wisma Tengger 5/24, RT. 002 RW. 004 Kel. Kandangan, Kec. Benowo



15 5.	AL HARAJ	IDM00082 1291	2021- 01-15	25	Abdurachm an, S.E.	Dapuan Kidul 9 RT. 003 RW. 003, Kel. Krempangan Utara, Kec. Pabean Cantian
15 6.	Uniadenk	IDM00082 1293	2021- 01-15	18	Fachriah Chatib, SS	Karanggayam 1 No. 1, RT. 001 RW. 009 Kel. Tambaksari, Kec. Tambaksari
15 7.	dhandmadey	IDM00082 1297	2021- 01-15	24	Diana Sischa Rahayu	Sumur Welut, RT. 001 RW. 001, Kel. Sumur Welut, Kec. Lakar Santri
15 8.	BLUFFER	IDM00082 1444	2021- 01-15	18	Andi Irwan Pariwusi	Taman Kopo Indah III Blok E7 No.1 Rt.01 Rw.22 Kel.Mekarraha yu Kec.Margaasih Kab.Bandung
15 9.	KING SPICY	IDM00082 1447	2021- 01-15	29	Evin Febrianto	Ruko MS Square Blok C19 Jl.Cibaduyut No.142 Kota Bandung
16 0.	DONETS COLLECTION	IDM00082 1310	2021- 01-15	18	Tutut Setyowati	Dusun Mediunan RT. 004/ RW. 005, Desa Ngampel, Kec. Papar
16 1.	AIRO STAR	IDM00082 1315	2021- 01-15	21	Tumaidah	Dusun Gutean RT. 06/ RW. 002, Desa Karangrejo, Kec. Purwosari, Jawa Timur, Kabupaten Pasuruan

16 2.	MOTOVITSI N	IDM00082 1328	2021- 01-15	30	Tijundrado no	Jl. Sombo No. 42 RT. 05 RW. 04 Kel. Simolawang Kec. Simikerto
16 3.	SR PLUS	IDM00082 1364	2021- 01-15	1	Mochamma d Yumarhudi n	Desa Kludan RT 003 RW 002 Kel. Kludan, Kec. Tanggulangin
16 4.	DEBEL MILKY originalmilks hake	IDM00082 1502	2021- 01-15	30	Dita Ayu Ningrum	Jl. Singosari I No.2 RT 02 RW 39 Desa Kebonsari Kecamatan Sumbersari, Kab. Jember, Jawa Timur
16 5.	RYU'S CULINARY	IDM00082 1513	2021- 01-15	30	Anik Purwanti	Jl. Jati No.5 Krajan Barat RT 006 RW 002 Desa Candi Jati Kecamatan Arjasa Kab. Jember, Jawa Timur
16 7.	All In Me	IDM00082 1590	2021- 01-15	25	Mega Tanuwijaya	Ngagel Wasana 5/15 RT 5/RW 2 Baratajaya, Kec. Gubeng
16 8.	ESPARGO	IDM00082 1589	2021- 01-15	25	Ahmad Chumadi	Perum Sumpu Asri Blok AX- 11 Driyorejo
16 7.	P'crepes great taste of crepes	IDM00082 1591	2021- 01-15	30	Ismakhil Nu'lin	Griya Kebraon Tengah Y - 14 RT 001 RW 011 Kebraon Kec. Karang Pilang
16 8.	WINROSS	IDM00082 1545	2021- 01-15	24	Roestianing sih	Sutorejo No. 226 RT 004 RW 007, Dukuh Sutorejo, Kec. Mulyorejo
16 9.	Delizy	IDM00082 1417	2021- 01-15	29	Ivan Anggrawija ya	Gembong Gedokan No.15 RT 001

						RW 004, Kapasari, Kec. Genteng, Surabaya Jawa Timur, 60273
17 0.	BENECHO	IDM00082 1547	2021- 01-15	30	Eko Joyopurno Wicaksono	Dusun Krajan II RT.34 RW.13 Desa Selok Awar Awar Kec. Pasirian
17 1.	SUCORISE	IDM00082 1619	2021- 01-15	30	Sucaturma n Adi Kusumo	Dusun Suco RT.01 RW.22 Desa Pasrujambe, Kec. Pasrujambe
17 2.	"ANZU" Collection	IDM00082 1406	2021- 01-15	25	Ana Zuliati	Jl. Kyai Yusuf Dusun Gondang Rt/Rw: 005/002 Desa Gondang, Kec. Plosoklaten
17 3.	YuQichi	IDM00082 1429	2021- 01-15	25	Tri Vina Febriani	Dusun Kerep Rt/Rw : 002/001 Desa Kerep, Kecamatan Tarokan
17 4.	Wimmy Lily	IDM00082 1438	2021- 01-15	30	Any Susilawati	Jln. Argowayang Ii/19 Lk.Iii Rt.039 Rw.011, Desa Pare, Kecamatan Pare
17 5.	ASSAFIR'S	IDM00082 1579	2021- 01-15	30	Khusnul Hotimah	Dsn. Pusung RT.32 RW.16 Desa Sukorejo Kec. Pasrujambe
17 6.	CMM HANDYWRAP	IDM00082 1398	2021- 01-15	16	PT CAHAYA MAS MAKMUR	Jl. Raya Jetis RT.02 RW.01 Ds. Jetis Kec. Jetis Kabupaten Mojokerto

						Jawa Timur, 61352
17 7.	SEMERU CREATIVE	IDM00082 1585	2021- 01-15	30	Sri Endang Noer Handyani	Jl. Sukertiyo RT.13 RW.06 Desa Sidorejo Kec. Rowokangkun g
17 8.	UNIPLAST CENTRA	IDM00082 1411	2021- 01-15	16	PT CENTRAPL AST INDONESIA	Jl. Mawar No.7 Surabaya, Jawa Timur, 60262
17 9.	nonmely	IDM00082 1464	2021- 01-15	25	PT SIANTAR MADJU	Jl. Mastrip No 822a, Kelurahan Warugunung, Kecamatan Karangpilang Surabaya, Jawa Timur, 60221
18 0.	King's Gas	IDM00082 1454	2021- 01-15	4	PT BAGOES GAS RAYA	Gedung Graha Saharjo Jl. Dr. Saharjo No 242 A Rt 04 Rw 04 Kel Menteng Dalam Kec Tebet
18 1.	Alkhalifi	IDM00082 1441	2021- 01-15	30	Enik Nova Kartikasari	Manukan Lor GG.7-E/9 RT.06 RW.03, Banjar Sugihan, Kec. Tandes Surabaya, Jawa Timur, 60185
18 2.	Street Coffee Roaster	IDM00082 1457	2021- 01-15	30	A Gussaoki	Jl. Sukaasih IV No. 35 RT 05 RW 07 Kel. Sindang Jaya Kec. Mandalajati Bandung
18 3.	REDEEMER	IDM00082 1319	2021- 01-15	25	Tri Winarsih	Dusun Tumpak RT.27 RW.5 Desa Sidoharjo

						Kecamatan Gedeg
184.	FLAZZEO	IDM000821473	2021-01-15	25	Moch. Khusen	Daleman RT. 05/ RW. 02, Japan
185.	MIKYMANN	IDM000821588	2021-01-15	25	Deni Irawan	Ds. Terusan, Rt. 01, Rw. 05 Kec. Gedeg
186.	TRILETTY	IDM000821470	2021-01-15	25	Dyah Septiyan Tri Lestari	Daleman Rt. 05, Rw. 02, Japan
187.	NAGATA	IDM000821345	2021-01-15	9	PT AGRO DYNAMICS INDO	Jalan Pelita Raya I, Blok F, No. 20, KIM Star, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang
188.	MYCHIZ	IDM000821370	2021-01-15	29	PT SURYA MITRA UTAMA	Kawasan Industri Cikawao (KIC) Blok F No.3 Rt.011 Rw.003 Cisalada Jatiluhur Kabupaten Purwakarta
189.	EYANG DURNO BAMBOOCRAFT	IDM000821675	2021-01-15	20	Ribut Wahyudi	Dusun Munggur RT.001 RW.002 Ds. Giriharjo, Kec. Ngrambe
190.	Leika Skincare	IDM000821403	2021-01-15	3	Sugiawan	Jl. Pangeran Drajat Rt.010/Rw.009 Kel/Desa Drajat Kecamatan Kesambi Kota Cirebon
191.	Venice	IDM000821685	2021-01-15	30	Paulo Aprilinus	Kalijudan Madya 1/16 RT/RW: 008/008
192.	EVOLUTION	IDM000821687	2021-01-15	31	Paulo Aprilinus	Kalijudan Madya 1/16

						RT/RW: 008/008
19 3.	TiinVit	IDM00082 1689	2021- 01-15	32	Rike Aryanthi	Jalan Nanas VII/N-611
19 4.	AL-RAHMAH SQ BEAUTY	IDM00082 1686	2021- 01-15	3	Rahmawati	Padangbandun g RT.018 RW.005 Kel. Padangbandun g, Kec. Dukun
19 5.	CHIZU BUN BUBBLE & TEA	IDM00082 1347	2021- 01-15	32	Yuandi	Jl. Badak Dalam No. 21- 22c Kel. Bandar Utama Kec. Tebing Tinggi Kota
19 6.	INDOCHIZ	IDM00082 1395	2021- 01-15	29	PT SURYA MITRA UTAMA	Kawasan Industri Cikawao (KIC) Blok F No.3 Rt.011 rw.003 Cisalada Jatiluhur Kabupaten Purwakarta Jawa Barat
19 7.	Kimora Kei	IDM00082 1380	2021- 01-15	25	CV. Cipta Selaras Utama	Jl. Kacapiring No. 18C RT/RW 001/002 Kel. Kacapiring, Kec. Batununggal
19 8.	ELIN Z&J COOKIES	IDM00082 1415	2021- 01-15	30	Elin Marlina	Jl. Eyang Weri Lingk. Ciweri Rt.003 Rw.006 Ds. Awirarangan
19 9.	Stray dog	IDM00082 1436	2021- 01-15	25	Rully	Jl. A.H. Nasution No. 67, RT. 004/RW. 002, Kel. Jatihandap
20 0.	Bionature	IDM00082 1929	2021- 01-18	1	PT BIO KONVERSI INDONESIA	JL. Pemda RT. 004 RW. 004, Cikiwul, Bantar Gebang, Kota Bekasi, Jawa Barat, 17152

201.	Laroyba	IDM00082 2026	2021- 01-18	27	PT. VELVET TEKSTIL INDONESIA	Jalan Raya Laswi No 22, Pada Ulun, Majalaya
202.	KURAMASCA MPUS	IDM00082 1996	2021- 01-18	16	Andrian Setiawan	Muara Karang Blok C. X/S/16, RT. 002 RW. 013, Kel. Pluit, Jakarta Utara, DKI Jakarta
203.	DURER	IDM00082 2262	2021- 01-19	6	PT MARKSIND O SUKSES JAYA	MARKS BUILDING JL. ALAM SUTERA BOULEVARD NO. 7 ALAM SUTERA SERPONG
204.	SENSEOFWE LLNESS	IDM00082 2258	2021- 01-19	10	Hadi Widjaja	Ruko Royal STR BLK E / 17 A, Kel. Sunter Jaya, Kec. Tanjung Priok, Kota Administrasi Jakarta Utara, DKI Jakarta, 14350
205.	BRUTALISTS STAY RECKLESS	IDM00082 2261	2021- 01-19	25	Parid	Cigondewah Kaler, RT. 001 RW. 003, Kel. Cigondewah Kaler, Kec. Bandung Kulon, Kota Bandung, Jawa Barat
206.	De Diamond Residence II	IDM00082 2188	2021- 01-19	37	Eko Saputro Wijaya	Komp. Central Boulevard No. 11
207.	SOUL	IDM00082 2699	2021- 01-20	43	Robbyanto Lemuel	KOTA WISATA CALIFORNIA B.3/41, RT. 002 RW. 011, KEL. NAGRAK, KEC. GUNUNG PUTRI. KAB. BOGOR, JAWA BARAT

208.	ACCOGLIENTE	IDM000822885	2021-01-21	25	Hendrick Kosasih	Kond. Taman Anggrek TWR 6 – 22 A, RT. 006 RW. 007, Kel. Tanjung Duren Selatan, Kec. Grogol Petamburan
209.	GLT – G-LIGHT	IDM000822913	2021-01-21	25	Andre Aguscen Liauw	JL. TSS RAYA NO.15-H, RT. 009, RW.006, KEL. DURI UTARA, KEC. TAMBORA,
210.	STARR	IDM000822912	2021-01-21	11	PT STARR PANEL INDUSTRI	Jl. Raya Gununggangsi r, RT. 02, RW. 02, Wonokoyo Beji, Pasuruan, Jawa Timur
211.	RADJA COCO CRUNCY	IDM000822911	2021-01-21	30	Tie Salim Manalu	Komplek Cemara Kuta, Jl. Nusa Dua No.8 G, RT. 000, RW. 000, Kel. Sampali, Kec. Percut Sei Tuan, Deli Serdang
212.	ZUCCA BEAUTY	IDM000823326	2021-01-22	3	Ummi Nurika Azizah	Dusun Krajan Kulon, RT. 010,RW. 002, Kel. Tanjungrejo,K ec. Wuluhan, Jember, Kabupaten Jember, Jawa Timur, 68162
213.	SAPPHIRE	IDM000824291	2021-01-26	12	Sugiarto	JL. HIDUP BARU E/24 RT. 011 RW. 003, KELURAHAN PADEMANGAN BARAT, KECAMATAN PADEMANGAN , JAKARTA

21 4.	CAPPUCINO	IDM00082 4290	2021- 01-26	12	Sugiarto	UTARA, 13720, DKI JAKARTA JL. HIDUP BARU E/24 RT. 011 RW. 003, KELURAHAN PADEMANGAN BARAT, KECAMATAN PADEMANGAN , JAKARTA UTARA, 13720, DKI JAKARTA
21 5.	HIRABAYASH I	IDM00082 4294	2021- 01-26	7	Kusno Kosim	Jl.Karang Anyar Permai 55 Blok C 1 No. 34, Rt 003/013, Kel. Karang Anyar, Kec. Sawah Besar
21 6.	TAB	IDM00082 4295	2021- 01-26	12	Kusno Kosim	Jl.Karang Anyar Permai 55 Blok C 1 No. 34, Rt 003/013, Kel. Karang Anyar, Kec. Sawah Besar
21 7.	PRETTY WHITE TOPPING BALM PLUS	IDM00082 4646	2021- 01-27	3	Haryadi	Jl. Duri Bangkit Rt 006 Rw 009, Kel. Jembatan Besi, Kec. Tambora
21 8.	Mentor	IDM00082 4417	2021- 01-27	20	Djajadi Tjipto	Dharmahusad a Indah Utara 4/20 RT. 002 RW. 008, Kel. Mulyorejo, Kec. Mulyorejo
21 9.	GLOBBER	IDM00082 4892	2021- 01-28	12	Handy Lie	Jl. Garden House Ruby II No. 8, BGM PIK, Kel. Kamal Muara, Kec.

220.	PRINCESS LA	IDM000825325	2021-01-29	3	PT SINAR SURYA MULTI KREASINDO	Penjaringan, Jakarta Utara, DKI Jakarta
221.	BEAUTICOLOGY	IDM000825334	2021-01-29	3	PT SINAR SURYA MULTI KREASINDO	Ruko Paramount Rodeo Blok C No. 28, RT. 001 RW. 020, Kel. Pakulongan, Kec. Kelapa dua, Kab. Tangerang, Banten
222.	MARCELLINO	IDM000825331	2021-01-29	3	PT SINAR SURYA MULTI KREASINDO	Ruko Paramount Rodeo Blok C No. 28, RT. 001 RW. 020, Kel. Pakulongan, Kec. Kelapa dua, Kab. Tangerang, Banten
223.	SIKLON HTM	IDM000825219	2021-01-29	11	PT CATURMUKTI PRATAMA	Kawasan Industri Cikupamas II, Jl. Bhumimas VI No. 11, Desa Talaga, Cikupa
224.	MAXLUIS	IDM000825220	2021-01-29	25	Azmal	Jl. FF No. 9 Kp. Baru, Rt. 007, Rw. 005, Kel. Sukabumi Selatan, Kec. Kebon jeruk, Jakarta Barat

